



UNIVERSIDADE DO MINHO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM GESTÃO HOTELEIRA E TURISMO

RELATÓRIO DE ESTÁGIO PROFISSIONAL

Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

WALTER ELIAS VARELA SEMEDO

Mindelo, 2015

WALTER ELIAS VARELA SEMEDO

RELATÓRIO DE ESTÁGIO PROFISSIONAL

Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

Relatório de Estágio Profissional para cumprimento dos requisitos necessários a obtenção do grau de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo da Universidade do Mindelo.

Orientadora: Dr. Pedro Rocha

Mindelo, 2015

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que direta e indiretamente colaboraram na execução deste trabalho. Meu profundo agradecimento ao Nelson Freire grande amigo, a Andreia Andrade e ao Paulo Jorge, não menos importante agradecer a minha mãe, a minha avó e a minha irmã que sempre acreditaram nas minhas capacidades e pela confiança depositada em minha pessoa, perante todas as adversidades que surgiram.

Agradeço imensamente a minha família e amigos, em especial aos colegas, pela luta que enfrentamos juntos nesses últimos tempos.

Todos os professores em especial a professora, Dr. Maria auxiliadora, pela atenção e pela muitas conversar que tivemos.

Agradeço imensamente ao meu orientador Pedro Rocha, pelo empenho, paciência e pelo acreditar, pelo trabalho desenvolvido.

Dirijo o meu sincero reconhecimento aos funcionários do Hotel Porto Grande em especial ao chefe de cozinha Alice Dias, ao chefe de compras Humberto Silva e a Susilene Rodriguês responsável pelas contas do hotel, que sempre estavam predispostos à ajudar.

ÍNDICE

Resumo.....	vii
Abstract	viii
Lista de Siglas e Abreviaturas.....	ix
Introdução	1
Parte I – Apresentação da Entidade Acolhedora	3
1.1 Breve historial	3
1.2 Estrutura organizativa	5
1.3 Departamento de Alimentos e Bebidas no Hotel Porto Grande (F&B).	8
1.3.1 Funcionamento do Departamento de F&B	9
1.3.2 As Atribuições do Diretor de Alimentos e Bebidas.....	12
1.3.3 Planeamento e Gestão de Eventos	15
Parte II – Actividades Desenvolvida.....	23
2.1 Metodologia	23
2.2 Caracterização Científica da Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)	23
2.2.1 História da Hotelaria/Evolução histórica do Departamento de F&B	23
2.2.2 Cozinha	27
2.2.3 Restaurante	42
2.2.4 Bar <i>lobby</i>	60
2.3 Compras.....	65
2.4 Economato.....	69
2.5 O Sistema HACCP	75
2.5.1 Os Princípios do HACCP	76
2.5.2 Pré requisitos para a aplicação do HACCP.....	78
2.5.3 As Vantagens do HACCP	78
2.6 A relação entre HACCP e ISO 22000	78
2.7 AS Normas ISO 22000	79
2.7.1 Breve Resenha da Norma NP EN ISO 22000:2005	80
2.7.2 Campo de aplicação da norma ISO 22000: 2005	81
2.7.3 Programas Pré Requisitos - PPRs.....	81
2.8 Tarefas Práticas Realizadas	83

Relatório de Estágio Profissional – Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

2.8.1	Cozinha	83
2.8.2	Restaurante	83
2.8.3	Bar	84
2.8.4	Economato	84
2.8.5	Eventos.....	85
Parte III – Apreciação Crítica		86
3.1	Áreas de Identificação com o Curso	86
3.2	Análise de Competências Adquiridas	86
3.3	Análise Crítica da Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)	87
3.4	Recomendações / Sugestões.....	88
3.5	Conclusão	89
Bibliografia		90
Anexos.....		94

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 ORGANOGRAMA FUNCIONAL DO OÁSIS HOTEL PORTO GRANDE	6
FIGURA 2 FATURAÇÃO DE ALOJAMENTO E F&B DE HOTEL PORTO GRANDE DE AGOSTO A DEZEMBRO DE 2014.....	10
FIGURA 3 CUSTO DE F&B DE HOTEL PORTO GRANDE	11
FIGURA 4 ORGANOGRAMA FUNCIONAL DE F&B DO OÁSIS HOTEL PORTO GRANDE	15
FIGURA 5 MATERIAIS DE COZINHA	33
FIGURA 6 FICHA TÉCNICA DE COZINHA	41
FIGURA 7 UTENSÍLIOS DO RESTAURANTE.....	52
FIGURA 8 MENU DE HOTEL PORTO GRANDE	58
FIGURA 9 EXEMPLO DE UM COMANDA	64
FIGURA 10 ÁREAS DE DIVISÃO DO ECONOMATO DO HOTEL PORTO GRANDE	70

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS 1 NOTA DE QUEBRA	94
ANEXOS 2 SERVIÇO CATERING NO CLUBE SHELL	94
ANEXOS 3 <i>BUFFET</i> PEQUENO-ALMOÇO	94
ANEXOS 4 MONTAGEM DA SALA PARA FESTA DE FINALISTA	96
ANEXOS 5 - RESPOSTA DO QUESTIONÁRIO APLICADO HOTEL PORTO GRANDE.....	97

Resumo

O presente relatório tem por objetivo descrever as atividades realizadas no decurso do estágio profissional, etapa necessária à conclusão do curso de GHT e a obtenção de sua licenciatura. O estágio teve um total de 480 horas e decorreu no Hotel Porto Grande, mas concretamente no Departamento de F&B. Neste relatório podemos encontrar descritos o local de estágio, a caracterização científica da área de estágio, bem como as atividades desenvolvidas ao longo dos três meses da sua duração. No final, pode ser encontrada uma reflexão crítica, onde são mencionadas as áreas de identificação com o curso, a análise do departamento, as dificuldades e as sugestões oferecidas. Em jeito de considerações finais, são apresentadas conclusões, onde se realçam as ideias gerais extraídas durante o estágio e onde se reforça a opinião do estagiário, sobre o decorrer do mesmo.

Palavras-chave: Hotel, Departamento de F&B, Controlo e HACCP.

Abstract

This report aims to describe the activities carried out in the course of the professional internship, necessary step to completion of the course of Hospitality, Management and tourism and obtain its degree. The stage had a total of 480 hours, take place in Hotel Porto Grande, more specifically, in the F&B Department. In this report, we find described the place of internship, the scientific characterization of stage area, as well as, activities undertaken, over the three months of its duration. In the end a critical reflection can be found, where the areas of identification with the course are mentioned, a Department analysis and the difficulties encountered on the suggestions offered. By way of final considerations, conclusions are presented, which enface the general ideas, extracted from the stage and which reinforces the trainee's opinion about the course itself.

Keywords: Hotel, F & B Department, Control, and HACCP

Lista de Siglas e Abreviaturas

AIDA – (Atenção, Interesse, Desejo e Ação)

AIDAS – (Atenção, Interesse, Desejo, Ação e Satisfação)

CE – Comunidade Europeia

DGDT – (Direção Geral do Desenvolvimento Turístico)

F&B – *Food and Beverage*

FDA – (“*Food and Drugs Administration*”)

FIFO – (*First In, First Out*, (Em português significa primeiro a entrar, primeiro a sair)

GARANTIA – Companhia de Seguros de Cabo Verde

HACCP – Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controlo

IMPAR – Companhia Cabo-verdiana de Seguros

INPS – Instituto Nacional de Providência Social

ISO – International Organization of Standardization

LIFO – *Last In, First Out* (Em português significa último a entrar, primeiro a sair)

NASA – Administração Nacional da Aeronáutica e do Espaço

NIF – Número de Identificação Fiscal

NP – Norma Portuguesa

OMS – Organização Mundial de Saúde

POS – *Point of Sales*

PPR – Programas Pré-Requisito

SGSA – Sistema de Gestão da Segurança Alimentar

SOAT – Seguro Obrigatório contra Acidentes de Trabalho

TAAG – Transporte Aéreos de Angola

TAP – Transporte Aéreos Portugueses

TV- Televisão

Introdução

A hotelaria é uma das mais antigas actividades humanas, tendo sua evolução sido significativa através dos tempos. Segundo consta, as hospedarias apareceram por volta do séc. IV a.C. tinham como objetivo prestar serviços correspondentes às mais elementares necessidades humanas – alimentação e abrigo. O departamento de Alimentos e Bebidas na hotelaria têm suas peculiaridades em relação à sua estrutura funcional. Afinal, nesse caso, dificilmente se trata de um só restaurante ou bar, mas sim de um conjunto de serviços, distribuídos em vários pontos de venda de A&B, dentro do mesmo hotel. Só isso já seria suficiente para se pensar diferente o setor de A&B, mas há, ainda, outras particularidades que precisam ser destacadas para que se entenda a importância desse departamento.

Atualmente os elementos gastronômicos devem ser analisados levando em consideração não apenas seu papel usual como oferta técnica, mas, também de acordo com (Fagliari, 2005) todo potencial que possuem para se constituírem em oferta diferencial complementar ou principal.

As cadeias e seus hotéis vêm buscando aprimorar-se e diferenciarem-se dos concorrentes, agregando serviços diferenciados, itens sofisticados e inusitados.

O curso de Gestão Hoteleira e Turismo pela sua abrangência e cariz prático impõe um forte complemento operacional, capaz de munir os futuros profissionais de competências e valências, que só são possíveis de adquirir num contexto laboral, fazendo uma ponte de ligação entre a componente prática correspondente a realidade laboral e a componente teórica ministrada nas aulas.

Desta forma optei pelo estágio profissional com duração de três meses, que decorreu no oásis hotel porto grande mais concretamente no departamento de F&B, com o intuito de adquirir ferramentas, competências, valências e conhecimentos necessários para que eu possa ter uma rápida integração e melhor colocação possível no mercado de

trabalho, pois o mercado está em constante transformação e cada vez mais é exigida profissionais competentes.

Este relatório abrange as áreas de Cozinha, Compras, Economato, Restaurante/Bar, Planeamento e gestão de eventos, Gestão e administração dos recursos materiais e humanos e Delineação e Gestão de diretrizes táticas, á nível de planos Estratégicos e Política Comercial/Marketing.

Objetivos:

Objetivo Geral

O estágio está subjacente a exposição de competências práticas através da realização de um estágio profissional, onde se pretende aliar o conhecimento teórico à execução de tarefas no departamento de F&B.

Objetivos Específicos:

- Conhecer a complexidade e a funcionalidade do departamento de F&B;
- Fazer a ligação entre a teoria das aulas e ajustar à prática do estágio profissional;
- Planear e organizar eventos em função da demanda;
- Eleger e aplicar as melhores formas de controlo inerentes ao departamento de F&B;
- Análise de informação e capacidade de execução das tarefas;
- Estabelecimento de prioridades execução das tarefas proposto.

Parte I – Apresentação da Entidade Acolhedora

O Hotel Porto Grande pertence ao grupo Oásis Atlântico, primeiramente passo a fazer uma pequena referência do grupo.

1.1 Breve historial

A Oásis Atlântico é um grupo económico português nascido em Cabo Verde na década de 90 e que conta já com mais de 15 anos de crescimento na área de turismo e imobiliário - turística.

De Cabo Verde deram um salto para o Brasil no ano 2000, assumindo como missão prioritária o investimento em países de língua portuguesa.

Dispõem atualmente de seis hotéis, em que quatro situam em Cabo Verde, e os outros restantes no nordeste do Brasil, no estado de Ceará e vários projetos imobiliários turísticos nos dois destinos.

A sua estratégia passa pela consolidação do negócio hoteleiro existente e por concentrar o *core business*¹ no turismo orientado para os países de expressão portuguesa. Pretendem aumentar a dimensão hoteleira nas várias ilhas de Cabo Verde e noutros Estados brasileiros.

Diariamente e nas suas actividades prezam diversos valores e cumprem aquilo que consideram ser alguns dos seus principais mandamentos:

- Integração da cultura local nos hotéis;
- Unidades abertas à comunidade;

¹ Core business é um termo inglês que significa a parte central de um negócio ou de uma área de negócios, e que é geralmente definido em função da estratégia dessa empresa para o mercado. Este termo é utilizado habitualmente para definir qual o ponto forte e estratégico da atuação de uma determinada empresa. (pt.wikipedia.org/wiki/Core_business)

- Respeito especial pelo meio ambiente;
- Ajuda no desenvolvimento humano - formação/*empowerment* de quadros intermédios e superiores;
- Ajuda ao desenvolvimento da economia local.

O grupo Oásis tem como missão Promover o desenvolvimento turístico sustentado em relação à envolvente social, cultural e ambiental em países de língua oficial portuguesa.

Oásis Hotel Porto Grande

É um hotel de 4 estrelas, situada no centro da cidade de Mindelo, capital cultural do arquipélago de Cabo Verde, na ilha de São Vicente.

O hotel dispõe de 50 quartos, dos quais quarenta e oito são *standard* e duas são suites, todos com varandas exclusivas. Os quartos estão equipados com ar condicionado, TV satélite, minibar, telefone, internet sem fio, secador de cabelo, existe cofres nos quartos como também na receção, etc. Alguns quartos *standards* têm vista para a praça e outra com vista para piscina. As *suites* são constituídas por quarto, sala, banheira/duche, armário e varanda. Os quartos das *suites* têm vista direta para a praça Nova.

Em termos de restauração, tem um restaurante com comida nacional e internacional, a todos os gostos e sabores. O hotel também possui três bares, uns dos quais próximo da receção o segundo na esplanada sobre a praça e o terceiro frente da piscina, com uma variedade de bebidas e refrigerantes.

O Porto Grande oferece inúmeros serviços à escolha dos clientes para poderem desfrutar do maior conforto e repouso possível, desde sala de leitura, de Internet, de exposições de fotografias, sala de conferência equipada com capacidade para 120 lugares. Também a que realçar que o hotel tem uma Spa com serviço massagem, e uma discoteca nomeada de *Syrius*, com um auditório totalmente equipado, com casas

de banho, bar, camarim, que serve também para realização de festas e eventos diversos.

O hotel também oferece alguns serviços, tais como aluguer de táxis e excursões, aluguer de motocicletas, rent-a-car, serviço de lavandaria. Ainda em relação aos desportos e lazer, o hotel oferece, piscina para crianças e para adultos, ginásio, esplanada com música ao vivo, entre outros.

1.2Estrutura organizativa

Como propõe Cardoso (apud COSTA, 2008, p.22,) “organizar ou estruturar uma organização consiste em definir que funções competem a cada colaborador, com quem e como se deve relacionar em termos horizontais e verticais.”

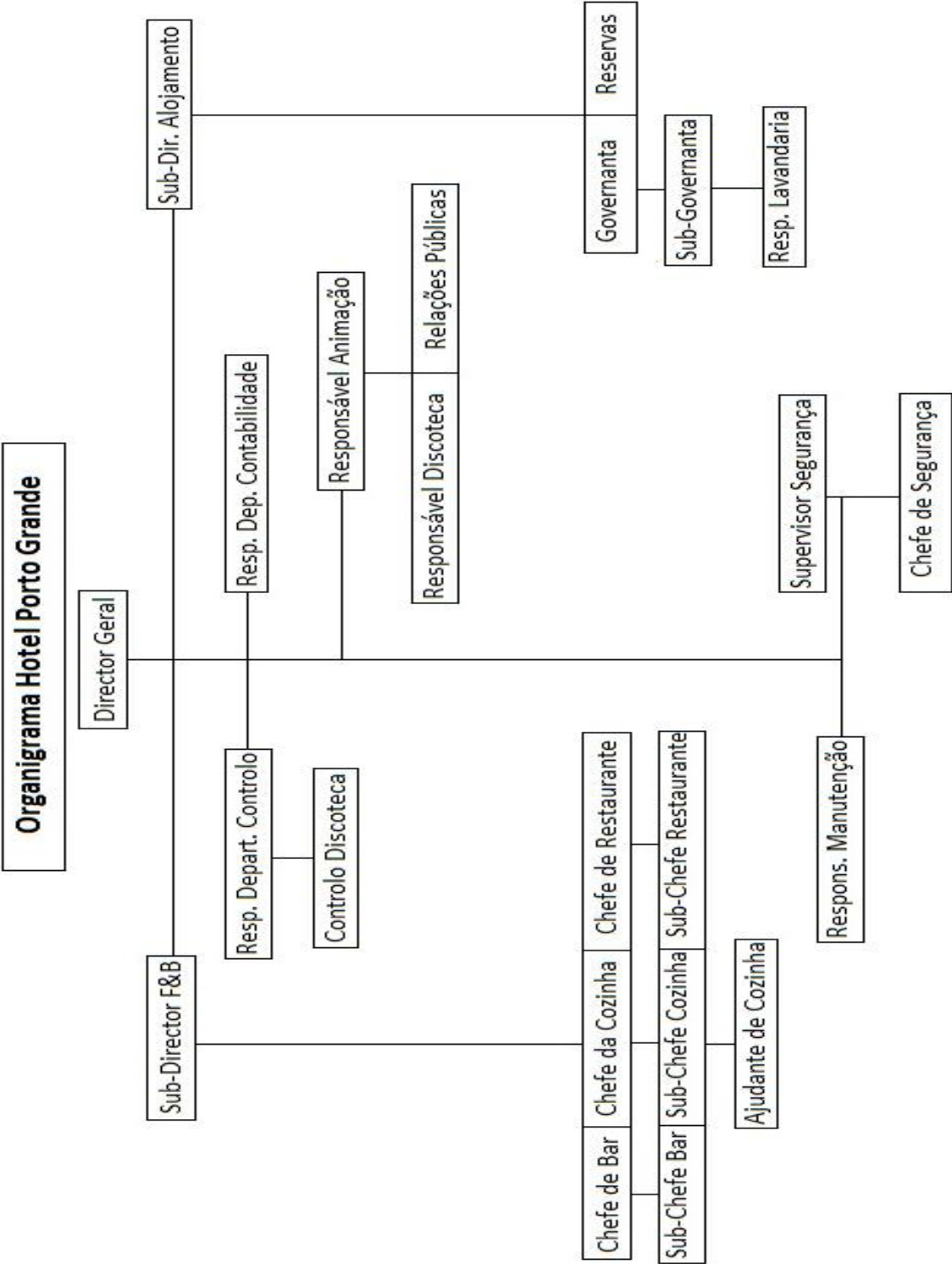
Esta forma de organograma² faz com que sejam bem distribuídas as atribuições entre os funcionários sendo que os problemas são solucionados por departamentos, agilizando, assim, a tomada de decisão.

Representa ainda um sistema de comunicação que funciona através de circuito de informação. Estes circuitos possibilitam a transmissão de ordens ou informações de ordem pessoal necessária a vida económica da empresa.

Portanto, um organograma estabelece as vias que a informação deve tomar dentro das relações hierárquicas existentes, de modo a não criar conflitos de competência nos outros circuitos hierárquicos.

² Organograma é a representação gráfica das relações hierárquicas, funcionais e estruturais existentes numa empresa.

Figura 1 Organograma Funcional do oásis hotel porto grande



Fonte: Hotel Porto Grande

A estrutura organizacional de um hotel, de acordo com Quintas (2006, Volume II) compreende um conjunto de funções, todas elas com finalidades distintas, mas só em conjunto conseguirão satisfazer as necessidades dos clientes. **Essas funções nomeiam-se:**

Administração do Hotel - compete assegurar o controlo de gestão das atividades administrativas e financeiras, ou seja tem a seu cargo os serviços administrativos, a direção financeira, a contabilidade financeira e analítica, a faturação, o secretariado e o contencioso.

Direção do Hotel - responsável por decidir sobre a organização, isto é, fixar objetivos de gestão e formular as políticas necessárias à sua obtenção, assegurar as estruturas da organização e garantir o controlo dos meios utilizados pela gestão e dos resultados obtidos pela entidade.

Departamento de Marketing e comercial - promover a venda dos produtos e serviços do hotel através de campanhas de publicidade e de ações de relações públicas, assegurando, ainda, o serviço de pós-venda. Para que isto seja possível, é necessário que este departamento realize um estudo de prospeção do mercado, de forma a selecionar os segmentos de procura, os canais de distribuição mais convenientes, os níveis de preços a praticar e os packages a criar. É de referir que nível do Hotel Porto Grande não tem um departamento de marketing estruturado, mas há esse departamento a nível do Grupo oásis Atlântico que desempenha esse papel sobretudo a nível internacional.

Departamento de Recursos Humanos - responsável pela gestão dos colaboradores da instituição, sendo encarregado por todas as fases de recrutamento e seleção dos colaboradores, assim como a sua avaliação profissional, a assistência médica, o processamento de ordenados e prémios de desempenho. De acordo com Quintas (volume II, 2006) um hotel pode não conter suficientes estruturas ou, registar escassez de recursos humanos especializados para o desempenho de determinada função.

Nestas situações, o hotel necessitará de recorrer à subcontratação de recursos humanos ou determinado serviço (outsourcing). Esta prática é bastante comum nas unidades hoteleiras e poderá incidir em áreas como a lavandaria, limpeza e arrumação dos quartos, restaurante, animação, contabilidade, controlo de qualidade, formação do pessoal, segurança, manutenção ou funções financeiras (p. 380). Numa visão mais recente, Costa (2012) anuncia que, hoje em dia o recurso ao *outsourcing* é mais acentuado devido "à necessidade de redução dos custos, como forma de fazer face ao acréscimo da concorrência e ao surgimento das novas tecnologias que requerem um alto grau de especialização" (p. 28).

1.3 Departamento de Alimentos e Bebidas no Hotel Porto Grande (F&B).

O departamento de *Food & Beverage (Food and Beverage)*, tal como o nome indica, refere-se ao departamento "comidas e bebidas". Segundo Moser (2002), "Na indústria hoteleira adotou-se o termo F&B para designar todas as atividades relacionadas com a produção, o serviço e a comercialização de comidas e bebidas" (p. 15). Este autor refere ainda que, o sector de produção engloba as secções que transformam a matéria-prima em produto final (ex: cozinhas) e que do sector serviço dependem todos os pontos de venda e secções anexas (ex: restaurantes, Bares, mini bares, *room service*, copas).

No departamento F&B é necessário que os colaboradores se sintam motivados e principalmente que possuam a capacidade de trabalhar em equipa, não descuidando, obviamente, a sua aptidão técnica e formação profissional. O número de colaboradores necessários ao desempenho do serviço depende de determinados fatores.

De acordo com Quintas (2006, volume II), os principais fatores residem na dimensão e categoria do estabelecimento, o tipo de cozinha (exemplo: cozinha tradicional, cozinha temática), da qualidade e quantidade dos equipamentos disponíveis e na importância do serviço de banquetes (p. 586).

De uma forma geral, e segundo Quintas (Volume II, 2006):

O departamento de F&B deve conter, cozinheiros, pessoal de sala e copeiros. Dependendo dos fatores mencionados anteriormente, podemos repartir estas funções, por chefe de cozinha, cozinheiro, pessoal da pastelaria, pessoal da cafetaria, chefe de sala, pessoal de sala, pessoal de *room service*, *barman*, pessoal do economato. O importante é estabelecer uma hierarquia, de modo a que todos os colaboradores consigam respeitar-se e conseqüentemente se sintam motivados para desempenharem as suas funções corretamente (p. 586).

O departamento de F&B abrange diversas seções, todas com finalidades distintas e que só trabalhando em conjunto conseguirão obter o produto final, ou seja, o produto que tem como finalidade satisfazer as necessidades dos consumidores. Na tentativa de clarificar as relações entre as diferentes seções: Economato, Cozinha, Restaurante (pequenos-almoços, almoços e jantares), Bar e Copa, procedemos à descrição das atividades desenvolvidas por cada uma.

1.3.1 Funcionamento do Departamento de F&B

O departamento de F&B é parte integrante da estrutura de qualquer hotel. Relacionado com as atividades de produção, serviços e comercialização de comidas e bebidas, funciona na completa dependência da direção do hotel. Tem a função de completar o alojamento e serviços em geral de um hotel, especialmente na área da alimentação e das bebidas.

O departamento de F&B é a mais complexa das estruturas organizacional e funcional do hotel, isso devido às despesas de mão-de-obra que são aproximadamente 2.5 vezes maiores do que o sector de hospedagem, e a receita é 4 vezes menor, comparativamente com o mesmo sector (CASTELLI, 2003 pag.293).

Esse departamento exige um profissional com uma grande experiência na área, e uma boa brigada de funcionários que trabalham conjuntamente com o responsável desse departamento.

Entre as causas mais usuais da diminuição do nível de vendas podem citar-se:

- Preços fora da concorrência
- Monotonia das ementas

- Fraca qualidade da alimentação servida

- Serviço lento e ineficiente

- Falta de condições sanitárias

- Ambiente pouco atrativo e ruidoso

- Localização inadequada

- Promoção deficiente

Figura 2 Faturação de Alojamento e F&B de Hotel Porto Grande de agosto a dezembro de 2014

FACTURAÇÃO	Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro	
	Atual	Budget	Atual	Budget	Atual	Budget	Atual	Budget	Atual	Budget
Alojamento	3.803	4.959	3.954	4.316	2.693	4.681	4.135	5.913	4.236	5.343
F&B – Comidas e Bebidas	9.088	3.666	2.433	3.508	2.403	2.134	4.413	3.777	6.038	5.100
Total	12.891	8.625	6.387	7.824	5.096	6.815	8.548	9.690	10.274	10.443

Fonte: Hotel P orto Grande

O custo das matérias-primas e as despesas com o pessoal constituem, por outro lado, as componentes principais dos custos elevados das operações de alimentação e bebidas. Das variadas causas de custos elevados das matérias-primas, podem mencionar-se:

- A compra ineficiente

- O desperdício e a deterioração

- A produção excessiva

- O desvio dos produtos

➤A incorreta fixação dos preços de ementa

A forma eficiente de gerir uma operação de alimentação e bebidas, independentemente do seu tamanho, consiste em estabelecer os controlos necessários para obter os resultados planeados.

O controlo do F&B, segundo Moser (2002, p.77) “ [...] é um eficaz instrumento de gestão, através do qual pode ser avaliado o desempenho de qualquer operação de comidas e bebidas, relacionando indicadores de gestão previamente estabelecidos com valores reais.”

O controlo do custo, no entanto, é mais do que comprar barato, reduzir o tamanho das porções a servir, ou substituir produtos de determinada qualidade por outros de nível inferior. Ou também o inverso dessas situações.

Figura 3 Custo de F&B de Hotel Porto Grande

Custo mensal	Alimentos				BEBIDAS			
	Receitas	Custos	Cons. Interno	Rácios	Receitas	Custos	Cons. Interno	Rácios
Cafetaria	609.077	247.372	15.535	38,06%	0	0	0	#DIV/0!
Rest. Perola do Atl.	185.535	73.000	18.368	29,45%	18.226	7.765	1.550	34,10%
Bar Lobby	498.578	215.114	39.245	35,27%	405.226	139.317	10.750	31,73%
Bar Piscina	16.686	7.496	967	39,13%	21.417	9.039	1.940	33,15%
Esplanada Syrius	2.339	751	193	23,86%	12.808	4.753	0	37,11%
Frigobar	0	0	0	0,00%	28.234	9.615	0	34,05%
Discoteca Syrius	0	0	0	0,00%	603.902	249.825	10.583	39,62%
Total	1.312.215	543.733	74.308	35,77%	1.089.813	420.314	24.823	36,29%

Fonte: Hotel Porto Grande

Para além dos desperdícios deste departamento que requer um controlo para minimização dos custos que constitui o “calcanhar de Aquiles” é muito importante também manter um alto nível de qualidade, tendo sempre em conta os perigos e pontos críticos de controlo, ou seja, fazer uso das regras do HACCP³. Com a implementação

³ HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) – Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controlo).

do sistema HACCP está-se prevenindo de possíveis problemas de segurança alimentar no seio do sector alimentar, acarretando vantagens que permite às empresas:

- Proteger a saúde humana;
- Aumentar a confiança dos clientes;
- Melhorar a qualidade higiénica dos alimentos;
- Diminuir a probabilidade de ocorrência de falhas;
- Definir estratégias de prevenção, contra perigos que possam ocorrer em pontos específicos da cadeia alimentar;
- Reduzir o risco de colocação do mercado de produtos nocivos para a saúde pública;
- Garantir o cumprimento de a legislação alimentar;
- Facilitar a integração com outros sistemas de gestão;
- Reduzir os custos da não qualidade;
- Reduzir o risco de perda de imagem.

Neste contexto, a produção de uma alimentação segura envolve a utilização de instrumentos como treinamento de funcionários, equipamentos adequados, controle de fornecedores, estrutura física adequada, elaboração do manual de boas práticas de manuseamento de alimentos e implementação do método de HACCP.

1.3.2 As Atribuições do Diretor de Alimentos e Bebidas

Para poder desempenhar o seu papel ele deve estabelecer e manter, uma perfeita comunicação, entre todas as divisões do sector de alimentação e bebidas.

O êxito de um restaurante tem como princípios fundamentais da sua gestão, a manutenção de baixos custos de alimentação e bebidas, custos de mão-de-obra e um

elevado grau de satisfação dos clientes. O gestor é o responsável, por estabelecer e pôr em prática, política e ações, que melhorem a eficácia da operação, de forma a aumentar a rentabilidade e a atingir os objetivos definidos. Ao fazer isto, o gestor tem como obrigação, analisar os gastos, as receitas, o nível de compras e o colocar em prática, procedimentos eficazes de controlo de custos.

O ponto-chave do seu trabalho é como foi referido o controlo de custos especialmente nas seguintes áreas:

Planear a produtividade do trabalho

- Elaborar Planos, de acordo com os pressupostos e objetivos operacionais, para melhorar a eficácia.
- Proporcionar informação, aos superiores hierárquicos, no que diz respeito á forma de atuar, para melhorar a programação e o controlo do trabalho.
- Analisar os resultados, para verificar se os métodos estão a ser aplicados de forma eficaz.

Avaliação e consulta

- Analisar e avaliar os desvios das actividades normais e prevista, investigando as suas causas, caso existam.
- Identificar e valorar as forças internas e/ou externas, que possam afetar a rentabilidade e os objetivos operacionais, investigando as suas causas e recomendações corretivas.

Análise Financeira

- Reunir estatísticas diárias, semanais, mensais e anuais de receitas, custos, ou de ocupação, para realização de relatórios;
- Prepara relatórios periódicos de produtividade e operacionais;
- Verificar a exatidão da factoração e os procedimentos de controlo de receitas;
- Coordenar/efetuar os inventários de fim de mês;
- Elaborar relatórios operacionais mensais;

- Recomendações de alterações do menu;
- Elaborar estratégias de vendas e sistemas de controlo de gastos.

O conceito-chave dos gestores de comidas e bebidas é o controlo de custos. Este serve para encontrar alternativas aos gastos inúteis, isto é, reduzir os gastos ao mínimo, ao mesmo tempo, que se obtém o máximo de benefício.

As medidas de controlo devem ser eficazes com os custos, mas não devem colocar a empresa em perigo. O gestor deve conhecer as vantagens e os inconvenientes, dos métodos alternativos e seleccionar aqueles, que sirvam os objetivos da empresa.

Considera-se coordenação, como um processo de influência interpessoal, através do qual o gestor, comunica com os seus colaboradores, para avaliar o cumprimento das suas tarefas. O gestor deve ser simultaneamente, um conselheiro económico, um mecânico e um sociólogo, no verdadeiro sentido da palavra, que não implica somente pontos de vista técnicos mas também um sentido de relações humanas.

Figura 4 Organograma Funcional de F&B do Oásis Hotel Porto Grande



Fonte: Elaboração própria

1.3.3 Planeamento e Gestão de Eventos

Neste ponto debruçarei sobre os Eventos, desde classificação, fases, planeamento, realização até a avaliação de eventos, para que o hotel tenha uma boa rentabilidade, terá que focar nessas etapas do Evento.

Melo Neto (2000, p. 13) afirma que “eventos é um conceito de domínio amplo. Na verdade, tudo é evento”. Meirelles (1999) caracteriza evento como:

Um instrumento institucional e promocional utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas por meio de um acontecimento previamente planejado a ocorrer em um único espaço de tempo com aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meios de recursos de tecnologia (1999, p. 21).

Um segmento que se encontra em constante crescimento apresentando um futuro promissor é o de eventos. Muitos hotéis vêm se estruturando, investindo e ampliando seus espaços e serviços para a realização de eventos, tendo como principal objetivo: conciliar eventos, hospedagem, alimentação e bebidas, assim como outras áreas de serviços oferecidas dentro de um hotel.

O setor de eventos, além de atender uma nova demanda de mercado cada vez mais exigente e competitivo, é uma excelente alternativa para equilibrar os períodos de alta e baixa temporada, aumentar a lucratividade do empreendimento hoteleiro assim como, contribuir com a divulgação da imagem e serviços do hotel.

O Hotel Porto Grande chega a receber eventos com uma média de duração de 3 a 7 dias. A maioria dos eventos realizados pelo hotel são corporativos, reuniões, jantares, treinamentos, lançamentos de produtos, *workshop*, *happy hours*, casamentos, etc.

A gestão, o planejamento e a organização são fatores cruciais para que o hotel apresente um diferencial ao cliente nos serviços prestados.

A enorme necessidade de inovar, adequando o produto ao desejo do consumidor, a busca constante por soluções e a atitude empreendedora fazem parte da realidade do empresário na hotelaria. A implantação do Setor de Eventos na hotelaria foi uma alternativa que contribuiu para manter o equilíbrio na taxa de ocupação nos períodos de baixa sazonalidade, além de trazer receita e consolidar a imagem da empresa.

Observando a valorização deste setor e de todos os benefícios gerados pelo mesmo o Hotel Porto Grande Hotel investiu e ainda continua investindo, apostando no setor de eventos buscando sempre prestar os melhores serviços aos seus clientes. O Hotel hoje

recebe diversos eventos, grande parte dos clientes buscam o hotel por conta própria e os demais são captados através do setor de Vendas e Marketing. Desse modo, percebe-se a relevância do setor para o hotel e a influência do mesmo em outros setores, como por exemplo, nos setores de Hospedagem e Alimentos e Bebidas, uma vez que significativo número dos participantes dos eventos no hotel utilizam os setores de Hospedagem e Alimentos e Bebidas, principalmente quando os eventos ultrapassam um dia de duração.

Os eventos são responsáveis não só por geração de lucro, mas também pela boa imagem do hotel e seus serviços, causando maiores impactos positivos do que aqueles eventos que são realizados fora dos hotéis

Classificação de Eventos

Os eventos podem ser classificados em função do seu tamanho:

- ✓Pequeno: 200 participantes;
- ✓Médio: de 200 a 500 Participantes;
- ✓Grande: acima de 500 Participantes.

Além do tamanho podem ser agrupados também por:

- ✓Eventos de carácter Familiar: Casamentos, Batismo, Aniversários, Bodas;
- ✓Eventos de carácter Profissional: Seminários, reuniões, Ciclo de estudos, Congressos;
- ✓Eventos de carácter social: Concertos, Bailes, Desfiles;
- ✓Eventos de carácter político: Convenções;
- ✓Eventos de carácter religioso: Assembleias.

Fases do Evento

- ✓Planeamento do Evento
- ✓Realização

✓ Avaliação

O departamento de F&B promove a realização de eventos com finalidade de aumentar as suas receitas. Um hotel pode simplesmente alugar espaços para que outras empresas do ramo organizem e executem eventos. Contudo, pode ocorrer também que ele próprio passe a captar e organizar eventos. Neste caso, uma vez captado o evento, o departamento de ater-se a uma série de tarefas, em cada uma das fases que compõem o desenvolvimento do evento. Cabe ressaltar que as tarefas inerentes em cada uma das fases dependem do tipo e das exigências de cada evento em questão.

Política de Divulgação Para Aumento das Receitas

Hoje em dia, com a feroz concorrência no sector de restauração, percebe-se que uma grande parcela do sucesso dos estabelecimentos que oferecem o serviço de F&B está ligada às estratégias de *marketing* que os mesmos utilizam.

Algumas estratégias de *marketing* que podem ser adotados nesse departamento:

- ✓ *Marketing* boca-a-boca – é uma das formas mais eficazes de propaganda, possuindo um custo quase nulo. Quando o cliente é bem atendido e fica satisfeito, o mesmo não só volta ao restaurante, como deverá recomendá-lo aos amigos. Quando acontece o contrário, além de não voltar, o cliente pode passar a divulgar uma imagem negativa da empresa;
- ✓ Mala direta – é a veiculação da mensagem por meio de uma carta, que é entregue directamente aos clientes que estão cadastrados no banco de dados do restaurante;
- ✓ Divulgação por folhetos – é uma forma clássica de propaganda, em que são entregues às pessoas papéis contendo as principais informações sobre o restaurante;
- ✓ Preço justo – é comum quando os restaurantes apresentam preços menores que os da concorrência, não deixando de oferecer serviços e produtos de qualidade aos clientes;

O *marketing* aplicado a estabelecimentos de F&B, não pressupõe unicamente o conhecimento das diferentes estratégias de *marketing*, mas também uma atitude ativa

por parte do gerente, ou seja, ter a capacidade de entender o cliente tal como ele é, e pondo deste modo em prática um esforço contínuo para responder às suas necessidades e motivações. O papel do *marketing* é o de ativar as motivações do cliente e estimular os seus desejos. Desta forma, recomenda-se a percepção e o conhecimento dos novos valores que têm uma influência direta sobre os comportamentos de consumo dos clientes.

Promoção do F&B Hotel Porto Grande

A promoção pode ser interna ou externa com o objetivo de dar aos clientes e potenciais clientes um conhecimento favorável do serviço. Neste último aspeto, um dos papéis mais importantes da promoção é animar o mercado dos potenciais clientes antes de haver contacto.

Promoção interna

No decorrer da estadia, o hóspede poderá consumir uma ou mais vezes no restaurante, no bar, no *room-service*, quer seja por necessidade efetiva associada a uma eventual falta de opções, quer seja porque algum sinal o atraiu para consumir, designadamente uma mensagem de *marketing*. A promoção interna surge deste modo como um instrumento fundamental para a catalisação e a maximização das vendas.

Vejamos alguns exemplos de como esta promoção poderá ser feita internamente no hotel:

- ✓ Colocação de fotografias apelativas e de *menus* no *hall* de entrada e na entrada do restaurante do hotel;
- ✓ Entrega de um *voucher*⁴ de desconto no consumo de F&B, no *check in*;

⁴ **Voucher** é um termo de origem inglesa que se refere a um título, recibo ou documento que comprova o pagamento e o direito a um serviço ou a um produto.

- ✓ *Happy hour*, ou seja, desconto especial no preço das bebidas de bar em determinadas horas do dia;
- ✓ Preços atrativos, para o regime de meia pensão ou de pensão completa;
- ✓ *Menus* específicos para comemoração de datas especiais (Páscoa, Natal, 1º de Maio, dia dos Namorados, final do ano, etc.);
- ✓ Animação nos diversos espaços (música ao vivo, dança, concursos, etc.);
- ✓ Premiar a portaria/recepção pelas reservas no restaurante.

Promoção externa

A promoção das vendas de F&B no exterior deverá ser focalizada em duas vertentes diferenciadas, clientes individuais e grupos, cada uma das quais com especificidades próprias na respetiva promoção. O cliente individual é aquele que, reunindo o perfil de consumidor potencial, trabalha ou habita numa área próxima do hotel.

O grupo poderá pertencer ao segmento de turismo ou de negócios, devendo a promoção das vendas atender às particularidades de cada um, bem como à capacidade de espaço da unidade hoteleira para responder aos eventos associados a este mercado específico.

A venda de um grupo apresenta inegáveis vantagens económicas do ponto de vista da exploração hoteleira, possibilitando a obtenção de elevadas receitas beneficiando assim as margens de lucro da empresa. Neste caso o promotor deverá dar um acompanhamento profissional desde a venda até ao final da prestação dos serviços de forma a garantir a total satisfação do organizador do evento.

Em qualquer dos casos a promoção externa das vendas de F&B deverá ser consistente e agressiva, conforme os exemplos seguintes:

Promoção para clientes individuais

- ✓ *Promoção de refeições temáticas é feita pensando nas comunidades imigrada em cabo verde e para os turistas (gastronomia internacional, nacional, regional);*
- ✓ Prato do dia (garantia de rapidez no serviço);
- ✓ Cartão de cliente habitual (com 10% de desconto);
- ✓ *Oferta de uma brochura com as receitas das especialidades da casa;*
- ✓ Convite a jornalistas e outros Mídias;
- ✓ *Mailings* regulares com informações diversas sobre o hotel e respectivas promoções especiais do restaurante.

Promoção para grupos

A promoção externa para grupos (batizados, casamento, Festa final do ano, aniversário, etc.) normalmente estará sempre suportada por um serviço de *buffet*, com diversas sugestões de ementas para os diferentes eventos que o hotel se propõe a organizarem.

Sugestões de ementas, bebidas, espaços, dimensões, lugares, decorações, animação, outras facilidades e os respetivos preços, prazos de pagamentos e possibilidade de parcerias estratégicas de negócio. Estas ementas devem salvaguardar as características de cada evento, refeições ligeiras, refeições de gala, refeições temáticas, *buffets*, *cocktails*, festas especiais, *coffee breaks*⁵, etc. Na organização devemos ter em atenção a data e horário, número de pessoas, ementa e bebidas escolhidas, local, dimensão e acessos, tipo de serviço a praticar, distribuição das mesas e dos lugares, decoração do espaço e ofertas aos convidados, animação antes, durante e depois, impressão de ementas com dados e mensagens adequadas, dados completos da entidade pagadora, preços acordados, condições de pagamento bem como penalidades para eventuais *no-shows*⁶.

Promoção “feita” pelo grupo oásis Atlântico

⁵ **Coffe break** intervalo das reuniões e eventos onde é oferecido no mínimo água.

⁶ **No show** – não comparecimento de um pax na data e horário previamente acordado para a realização de um serviço.

Ao analisar-se o composto de promoção do hotel em estudo, pode-se perceber que a mesma faz grandes investimentos anualmente na divulgação de seus produtos e serviços. Por isso podem se observar os meios que se utilizaram:

- ✓ Participação em feiras de turismo, nomeadamente a Bolsa de turismo de Lisboa, Berlim, Barcelona, com *stands* para divulgação de seus produtos e serviços.
- ✓ Participação nas revistas de turismo e de negócio, jornais, entre outros;
- ✓ *Spot's* publicitários Nas Mídias;
- ✓ A utilização da Internet também está presente na divulgação do Hotel, tanto na utilização do Website do Grupo como via correio eletrónico.

Os canais utilizados pelo Grupo Oásis Atlântico, para a distribuição de seus produtos e serviços, são basicamente os seguintes:

- ✓ As feiras de turismo que se realizam anualmente por toda a Europa em que o grupo participa e como tal a divulgam e vendem pacotes destinados aos hotéis do grupo em Cabo Verde;
- ✓ Através das agências de viagens que são parceiras estratégicas na comercialização e distribuição dos seus produtos e serviços e como tal anualmente conseguem vender um grande número de dormidas do Grupo Oásis;
- ✓ Venda Direta, que é feita directamente ao cliente na receção do hotel.

Sendo a gestão comercial uma das formas encontradas para aumentar a carteira de clientes e proceder a fidelização dos mesmos, diversas ações de comunicação devem ser realizadas em parceria com o canal de distribuição – operadores e agentes. Ações *online* – estratégias de presença da internet, conteúdos e imagens, canal de relacionamento com os públicos envolvidos (operadores, agentes de viagens, imprensa, consumidor final) Publicidade – anúncios em jornais, revistas e meios *online*.

A necessidade do gestor estar atento ao mercado de uma forma permanente, isto é, a necessidade de que ele saiba olhar para fora da sua empresa e compreender os sinais que o mercado envia a todo o momento. Mas é evidente que este esforço de compreensão da evolução do mercado não se esgota com a procura do que se passa no exterior da empresa, havendo que, igualmente, realizar um esforço sistemático de análise da nossa própria empresa. Essa análise passa pelo estudo dos nossos clientes, bem como pelo conhecimento da forma como está a evoluir a nossa carteira de clientes. (Costa, Rodrigues e Sousa, Teresa, 2011, p. 85).

Assessoria de imprensa – media espontânea Participação em feiras e eventos - Material promocional criação de roteiros e produtos promocionais – lua-de-mel, feriados, promocionais de baixa estação, produtos por público – incentivos, terceira idade, turismo ecológico, etc.

Parte II – Actividades Desenvolvida

2.1 Metodologia

Para a realização deste trabalho foi preciso seguir algumas etapas à fim de atingir-se os objetivos pretendidos na qual consistiu em uma observação direta, ou seja, estar atento ao que se fazia em cada operação e passar a execução prática das tarefas com o objetivo de aprimorar as operações ordenadas para uma maior liberdade na execução das operações.

A metodologia aplicada baseou-se essencialmente na fundamentação teórica que teve como suporte um estudo aprofundado e a caracterização científica da área de estágio e a descrição detalhada das actividades desenvolvidas no Hotel Porto Grande mais concretamente no departamento de F&B.

O método científico consistiu-se na consulta bibliográfica (livros e documentos facultados pelo hotel) e também nas pesquisas de internet. Também foi aplicado um inquérito por entrevista com intuito de avaliar o sistema de segurança alimentar no Hotel Porto Grande.

2.2 Caracterização Científica da Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

2.2.1 História da Hotelaria/Evolução histórica do Departamento de F&B

História da Hotelaria

Sem a pretensão de elaborar um profundo estudo sobre a evolução histórica da hotelaria torna-se, entretanto, importante levantar seus principais marcos históricos e apresentar as diferentes visões dos autores da área, para fins de compreensão deste fenómeno.

Na literatura do turismo não existe consenso e precisão quanto ao início das actividades hoteleiras no mundo. Apesar da incerteza quanto à data de surgimento do primeiro hotel, J. Albano Marques (2003:13) diz que “esta atividade é quase tão antiga como a própria civilização, estando directamente ligada à necessidade de deslocação de pessoas, pelas mais variadas razões”. Acrescenta ainda que “a regulamentação mais antiga que se conhece para este tipo de negócio tem cerca de 4.100 anos”.

Joaquim António Janeiro (1997:15) afirma que “a hotelaria⁷ é uma das mais antigas actividades humanas, tendo evoluindo significativamente através dos tempos. Segundo consta, as hospedarias apareceram por volta do século IV A.C. Tinham como objetivo prestar serviços correspondentes às mais elementares necessidades humanas – alimentação e abrigo.”

No entender de alguns autores, a história do turismo, da hotelaria e dos transportes confundem-se devido ao grau de associação entre essas áreas. Pode-se inferir ainda que na relação entre o turismo, hospedagem e viagens, a princípio, se entrelaçam dois conceitos paradoxais: o deslocamento e a permanência.

J. Albano Marques (2003:55), afirma que “são estabelecimentos hoteleiros os destinados a proporcionar alojamento, mediante remuneração, com ou sem fornecimento de refeições e outros serviços acessórios”.

⁷ **Hoteleria** consiste na atividade profissional que assenta na arte de dar alojamento ou alimentação aos hóspedes. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Hoteleria>).

Compreendida como uma das principais actividades do turismo, a hotelaria é ainda considerada como elemento essencial e indispensável para a viabilização do turismo, pois é o que possibilita a permanência do turista no local visitado, através da hospedagem.

Ao considerar a definição de turista como sendo a pessoa que passa pelo menos uma noite no destino desejado, para que o turismo possa acontecer há de se preocupar com aspetos importantes no local visitado como: alojamento, alimentação e transporte.

Evolução Histórica do Departamento de F&B

Por volta de 1400 as hospedagens passaram a servir refeições acompanhadas de vinhos começando a caracterizar o serviço de restaurante.

Com a Revolução Industrial no século XIX, veio o surgimento da máquina a vapor, a energia elétrica, e outras inovações que foram de grande importância para o desenvolvimento da hotelaria, e consequentemente para o sector de F&B, pois as pessoas passaram a escolher meios de hospedagem que oferecesse além de serviços de hospedagem, o da refeição.

Assim o que era restrito apenas para os bares e tabernas passou a fazer parte dos principais serviços oferecidos aos clientes/hóspede. Depois, com a Revolução Industrial no século XIX, a burguesia passou a comprar os castelos da nobreza falida e passaram a alugar á famílias de nobres e da alta burguesia.

Em 1870, César *Ritz*⁸, construiu um estabelecimento hoteleiro em Paris, o mais moderno na altura, o famoso Hotel *Ritz*, que dentre tantos serviços ofertados, fazia

⁸ Cesar *Ritz* é considerado o pai da hotelaria moderna. Desde muito jovem ocupou todos os postos de trabalho possíveis em um hotel até chegar a gerente de um dos maiores hotéis de seu tempo. Melhorou todos os serviços do hotel, criou a figura do *sommelier*, introduziu o banheiro nas unidades habitacionais (UHs) criando as *suites*, revolucionando a administração. (Converteu os hotéis decadentes nos melhores da Europa, o que lhe gerou o pseudónimo de “mago”). http://en.wikipedia.org/wiki/C%C3%A9sar_Ritz

também parte o serviço de alimentos e bebidas, serviço esse que ficou sob a responsabilidade do cozinheiro *George Auguste Escoffier*.

Na América também houve uma grande evolução dos hotéis. Em 1525 foi fundado o primeiro hotel no continente americano. Em 1794, foi construído o *New York's City Hotel*. Em 1828, surge o *Tremont House*, considerado o primeiro hotel de 1ª classe.

Atribuições e Responsabilidades do diretor de F&B

“Difícilmente poder-se-á ter sucesso na condução desta área, se a pessoa incumbida desta importante tarefa não estiver respaldada por uma gama de conhecimentos indispensáveis por habilidades e atitudes profissionais condizentes”. (Castelli 2003, pág. 296)

O diretor de alimentos e bebidas coordena os sectores de cozinha, restaurante, bar, copa e banquetes, dado a semelhança na preparação profissional do pessoal que trabalha nessa área, o gerente de Alimentos e bebidas poderá substituir o trabalho desse pessoal em função das necessidades do serviço, a cada momento. Deste modo o assistente de F&B do oásis hotel Porto Grande têm seguintes responsabilidades, tais como:

- Planear, supervisionar, coordenar e controlar as actividades na área de comidas e bebidas;
- Zelar pelas boas condições de higiene nos locais que oferecem comidas e bebidas;
- Zelar pela perfeita condição de higiene e segurança dos produtos nos locais onde são estocados;
- Zelar pelas condições dos uniformes, pelo asseio pessoal e pela boa apresentação de todos os funcionários;
- Supervisionar o processo de elaboração dos alimentos e bebidas nos diversos pontos de produção, analisando a sua qualidade e quantidade;
- Rever as fichas técnicas, propondo alterações, quando for o caso;

- Supervisionar o procedimento de atendimento ao público nos diversos, mantendo a boa qualidade dos serviços;
- Analisar periodicamente os preços de venda, tendo em vista as variações de custo;
- Supervisionar e participar do inventário de matérias estocadas;
- Supervisionar as escalas de trabalho e o esquema de revezamento;
- Coordenar a programação anual de férias dos seus subordinados;
- Assessorar no recrutamento, na seleção e no treinamento do pessoal afeto à sua área de mando;
- Manter-se informada sobre as determinações emanadas da gerência geral ou diretoria;
- Elaborar propostas dos menus dos serviços especiais.

2.2.2 Cozinha

A cozinha⁹ é um sector muito importante na indústria hoteleira. É um sector muito sensível já que é na cozinha que se prepara as refeições que são servidas aos clientes e também é nesse sector onde os desperdícios são elevados fazendo com que o controlo seja muito difícil. A cozinha deve ser instalada de modo a proporcionar ao cliente um serviço adequado a categoria do hotel.

O *layout* da cozinha do hotel deve estar em consonância com o tipo e o tamanho do estabelecimento. Assim na construção da cozinha do hotel levou-se em consideração os seguintes aspetos:

a) Sectores ou zonas:

- De pré-preparo
- De cocção
- De lavagem

⁹ Segundo Castelli (2003), a cozinha forma um conjunto ordenado de equipamentos e instalações, perfeitamente integrados para a produção de refeições. A cozinha, como unidade de produção, exige um estudo detalhado das instalações, dos materiais, da disposição dos locais e dos métodos de trabalho. Uma cozinha bem planeada, com métodos de trabalho apropriados, torna-se altamente produtiva. No seu planeamento, tudo é importante, cada detalhe merece estudo.

➤ De lixo – este é retirado todos os dias e os baldes são lavados e desinfetados, de seguida é lhes introduzidos bolsa para lixo. Os baldes são de inox e possuem tampas.

b) Aspetos construtivos:

- Espaço – este é amplo, permitindo uma boa circulação dos funcionários.
- Localização – está bem localizada, pois está próximo do restaurante, possuindo uma porta vaivém. E essa porta não deixa que os odores da cozinha passem para o restaurante.
- Paredes nas zonas de trabalho – são revestidas de azulejos de cor branca, o que facilita a limpeza dos mesmos
- Pavimento – é revestido de um material antiderrapante e de fácil limpeza. A cozinha não possui degraus.
- Iluminação – possui uma boa iluminação natural, pois tem janelas e estas tem redes para evitar a entrada de insetos e roedores.
- Temperatura – possui um sistema de ventilação para captação dos odores e fumaças e assegurar o conforto térmico para as pessoas que ali trabalham.
- Conceções elétricas – são bem isoladas para facilitar a limpeza.

Conservação e pré distribuição

No caso de alimentos acabados, estes são armazenados novamente em câmaras frias ou quentes para utilização posterior dentro do próprio restaurante ou para venda aos clientes. Em relação a pré distribuição, envolva a montagem dos alimentos já em seus utensílios finais.

Higiene e Segurança na cozinha

A higiene alimentar é um dos aspetos a ter em conta na cozinha, por isso há uma necessidade de formar e treinar constantemente as pessoas que manipulam os alimentos. Todas as pessoas que manipulam os alimentos precisam pôr na prática as técnicas de higiene alimentar básicas, pois os erros ali cometidos podem ser fatais porque isso pode repercutir numa imagem negativa para o estabelecimento.

Através da higiene dos alimentos, pode-se garantir a saúde das pessoas e por isso há algumas práticas que devem ser adotadas no dia-a-dia para evitar deterioração dos alimentos e consequente dano a saúde das pessoas.

Cuidados a ter

- ✓ Congelar só alimentos frescos e de boa qualidade;
- ✓ Dividir os alimentos nas doses em que ser utilizados;

Como evitar contaminação dos alimentos:

- ✓ Manter sempre a cozinha e os utensílios limpos;
- ✓ Lavar sempre que tocar em alimentos;
- ✓ Conservar bem os alimentos no frigorífico e no congelador;
- ✓ Separar os alimentos crus dos alimentos cozidos;
- ✓ Separar alimentos de origem animal dos de origem vegetal;

O hotel porto grande faz uso destas regras, pois evitam a contaminação dos alimentos e exige higiene e segurança no trabalho, fazendo valer-se de um conjunto de regras, tais como:

- ✓ Higiene profissional,
- ✓ Higiene pessoal e corporal na cozinha;
- ✓ Higiene do material e dos locais;
- ✓ Segurança.

O cozinheiro tem a responsabilidade moral de proporcionar aos clientes um serviço de grande qualidade sanitária, o que reverterá sobre ele, uma vez que até a imagem do hotel depende desse fator.

Regras de higiene profissional

- ✓ Lavar sempre todos legumes e frutas antes de os utilizar.
- ✓ Nunca descascar legumes na tábua de corte.

- ✓Lavar e desinfetar cuidadosamente o local de trabalho depois de descascar os legumes e particularmente depois de preparar o peixe.
- ✓Recusar tudo o que lhe parece duvidoso.
- ✓Limpar as facas depois de cada tarefa.
- ✓Conservar as preparações em recipientes adequados
- ✓Não deixar os alimentos na água de cozedura ou no molho
- ✓Retirar da câmara frigorífica, o mais tardiamente possível, os produtos preparados para a confeção
- ✓Nunca descongelar os produtos na temperatura ambiente da cozinha, mas sim num local fresco.
- ✓Filtrar regularmente óleo de fritar
- ✓Manter o local de trabalho sempre limpo e livre de tudo o que é inútil.
- ✓Verificar minuciosamente a qualidade sanitária dos produtos (garantia e prazo de validade, temperaturas, estado de conservação das embalagens, conselhos de utilização).

É necessário e primordial cumprir as regras de higiene profissional, pessoal e corporal e fomentar um estado de espírito responsável, fazendo com que a higiene seja uma reação voluntária e espontânea.

Regras de higiene pessoal e corporal na cozinha

- Lavar as mãos antes de começar a trabalhar e sempre que mudar de tarefas.
- Retirar relógio, anéis, pulseiras, e cordões, porque muitos desses acessórios possuem ranhuras, fendas ou orifícios que permitem a acumulação de bactérias, etc.
- Usar as unhas curtas e limpas, escovando-as regularmente.
- Usar sempre uma touca ou Barrete que cubra todo o cabelo e uma farda adequada para a cozinha, o qual deve apresentar -se sempre limpa.

Regras de higiene do material e dos locais

- Consultar e aplicar escrupulosamente as indicações que consta no plano de limpezas.

- Lavar e desinfetar regularmente as esponjas, panos, esfregonas, todos os acessórios dos equipamentos utilizados e as tábuas de corte.
- Colocar todo o lixo e detritos em sacos apropriados de utilização única dentro de recipientes tapados munidos de tampas e de utilização exclusiva da cozinha, esses recipientes serão lavados e desinfetados antes de serem reutilizados na cozinha.
- Esterilizar periodicamente todas as bancadas da cozinha.

Regras de Segurança

- Esconder os cordões do avental de maneira que estes não se prendam.
- Não utilizar panos húmidos.
- Verificar o interior dos fogões antes de os acender.
- Verificar a chama do fogão quando um líquido se derramar.
- Não transportar tapados os recipientes com líquidos.
- Quando se deslocar segurando uma faca, o bico desta deverá sempre estar virado para o chão.
- Antes de abandonar a cozinha, verificar que todos os focos de calor estão apagados e que as saídas de gás estão fechadas.

A contaminação dos alimentos ocorre devido a falta de higiene ambiental por isso é necessário conhecer os desinfetantes e métodos adequados para higienização de pisos, tetos, equipamentos e utensílios. Nesta ótica na cozinha do hotel porto grande, fazem uso de materiais distinguindo-os por cor, para de preparação dos alimentos no hotel.

O Hotel Porto Grande procura cumprir ao máximo as regras do HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points – Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controle).

Técnicas de Refrigeração e Congelação

Convencionou-se chamar conservação de alimentos perecíveis por refrigeração ao processo que envolve a utilização de temperaturas próximas de 0 (zero) °C, tendo como principal finalidade eliminar ou retardar a ação dos agentes tais como: enzimas, microrganismos, bactérias, fermentos e fungos.

Em conservação os produtos alimentares podem ser agrupados em duas categorias gerais:

a) Aqueles que ficam vivos durante o período de armazenagem refrigerada, tais como: frutas, vegetais, etc.

b) Aqueles que não ficam vivos, como o peixe, a carne, aves, mariscos, etc.

A conservação dos alimentos pelo frio não acrescenta qualidade, apenas preserva a “qualidade que os alimentos possuem” no momento da sua conservação. Por este motivo, “a frescura” e a “qualidade” dos alimentos a conservar é um fator primordial para aumentar a sua longevidade, ou seja, alongar o prazo de validade em que podem ser consumidos com toda a segurança.

Algumas Definições segundo Victor Monteiro

- ✓ **Refrigerar** é um processo de conservação de alimentos num frigorífico, por tempo limitado, em temperaturas compreendidas entre **+1° C e +7° C**.
- ✓ **Gelar** é um processo que ocorre entre **- 4° C e + 2° C**, quando os líquidos existentes nos alimentos solidifiquem lentamente, formando grandes cristais que rompem as paredes celulares, modificando a aparência, textura e qualidade dos alimentos. É conhecido como o período crítico e perigoso para os alimentos, não oferecendo quaisquer garantias para a sua conservação.
- ✓ **Congelar** é um processo no qual as temperaturas dos alimentos baixam muito rapidamente fazendo com que a água existente nos produtos congele em pequenos cristais, de forma a não danificar os alimentos. As temperaturas de serviço deverão ser sempre abaixo dos **- 20° C**, sendo necessárias duas a 4 horas para que o núcleo do

alimento atinja aquela temperatura. A partir daqui, cessam as ações enzimáticas e bacterianas.

“Pode então dizer-se, que o alimento “dorme” ou “estacione” enquanto está congelado e acorde com a descongelação, voltando a ser quase igual ao que era antes. Por isso, devem-se **congelar sempre produtos de 1ª qualidade**”. (Victor, Monteiro. Higiene, Segurança, Conservação de Alimentos, p.98).

Equipamentos da Cozinha

Os equipamentos devem ser dispostos de forma a permitir que o trabalho seja desenvolvido da melhor forma possível, fazendo com que o movimento dos empregados seja somente o necessário para a execução das tarefas.

A unidade hoteleira tem uma cozinha muito bem equipada e dispõe de muitos utensílios de cozinha, assim passo a citar alguns dos equipamentos e utensílios da cozinha.

Figura 5 Materiais de cozinha

Materiais de cozinha	
<ul style="list-style-type: none">❖ Dois fogões de quatro bocas,❖ Duas fritadeiras com capacidade de 14 litros de óleo cada,❖ Uma chapa grelhador,❖ Um forno que cozinha a vapor,❖ Uma bancada fria com 4 portas, 1 para peixe, uma para molhos e carne, um para as entradas quentes e outra para as entradas frias,❖ Uma salamandra que gratina,	<ul style="list-style-type: none">❖ Máquina de congelação rápida,❖ Panelas e frigideiras diversas,❖ Espátulas,❖ Formas,❖ Escumadeira,❖ Caçarola, etc.❖ Três câmaras frias:❖ Um frigorífico❖ Batedeira industrial.❖ Uma máquina de lavar loiça

Fonte: elaboração própria

Organização Funcional

A brigada da cozinha do referido hotel é formada por uma chefe de cozinha, um subchefe, uma cozinheira, quatro copeiros normalmente com os estagiários com o objetivo de preparar as iguarias a serem servidas no restaurante, e em outros pontos de vendas.

Requisitos da brigada da cozinha

A brigada da cozinha deve primar por alguns requisitos de qualidades como:

- ✓ Limpeza – é primordial, simplesmente por que o pessoal da cozinha manipula alimentos que serão consumidas pelos clientes. Higiene não só pessoal quanto dos objetos utilizados.
- ✓ Vestuários - os uniformes devem estar em perfeito estado de conservação e limpeza.
- ✓ Pontualidade – executar os pedidos a tempo certos nem depressa de mais e nem com excesso de demora.
- ✓ Responsabilidade – pois um pequeno descuido produz um efeito multiplicador negativo sobre o cliente.
- ✓ Organização – ter os equipamentos e utensílios nos lugares adequados.
- ✓ Criatividade – reaproveitar matérias prima em bom estado.
- ✓ Administração – a brigada da cozinha deve procurar rentabilizar os produtos.
- ✓ Vocação.

Coordenação das práticas operacionais

Segundo (MOSER, 2002, P.41) [...] “um dos enigmas da indústria hoteleira é a dificuldade em atingir e manter a plena consistência do serviço e do produto ao longo do tempo.

A elevada rotação de pessoal que caracteriza este departamento, aliada à imprevisibilidade própria do negócio, provoca uma terrível barreira à desejada

uniformização global do produto, nas suas vertentes de serviço, ambiente, limpeza das instalações e qualidade das comidas e bebidas.”

Atribuições e responsabilidades do pessoal da cozinha:

Cabe ao chefe da cozinha algumas tarefas tais como:

- ✓ Supervisão e direção do pessoal de cozinha;
- ✓ Dirigir e supervisionar o trabalho da brigada da cozinha;
- ✓ Treinar o pessoal no ambiente de trabalho ;
- ✓ Avaliação do pessoal da cozinha;
- ✓ Resolver situações de emergências;
- ✓ Supervisionar a higiene e segurança;
- ✓ Planejar;
- ✓ Ajudar na elaboração de menus e cardápios;
- ✓ Definir doses;
- ✓ Ajudar na elaboração de receitas;
- ✓ Previsão e controlo;
- ✓ Avaliar as actividades e resultados relativamente a cozinha
- ✓ Controlo de desperdícios;
- ✓ Autorizar requisições;
- ✓ Supervisionar, estocar e a conservação dos produtos da cozinha;
- ✓ Preparação e organização da produção;
- ✓ Assegurar a qualidade na execução dos pratos.

Subchefe de cozinha:

- ✓ Substituir o chefe na sua ausência;
- ✓ Receber e controlar as mercadorias solicitadas;
- ✓ Supervisionar a qualidade da alimentação dos funcionários;

Cozinheira de 1ª Categoria

- ✓ Substitui o subchefe na ausência;

- ✓Executa a colaboração na preparação do *Mise-en-Place*¹⁰;
- ✓Ajuda na confeção dos pratos.
- ✓Colaborar na *Mise-en-Place*;
- ✓Fazer entradas;
- ✓Empratar;
- ✓Fazer sobremesas;
- ✓Colaboram ainda na arrumação da Cozinha.

Pasteleiro

- ✓Preparar massas doces e salgadas;
- ✓Modelar, montar, rechear e assar massas de confeitaria;
- ✓Decorar os produtos de confeitarias;
- ✓Fazer pães.

Copeiro

- ✓Responsável pela arrumação das áreas de preparação dos alimentos;
- ✓Lavar pratos, talheres e outros;

Os funcionários dessa área estão bem uniformizados, pois possuem vestuários, adequadas e chapéus, é de referir que todos os funcionários usar o chapéu. Uma inconformidade é o facto de alguns dos funcionários não utilizarem sapatos adequados. Pois esta área requer o uso de sapatos claros e fechados, preferencialmente de couro para uma maior proteção contra os acidentes de trabalho (queimaduras e queda de objetos cortantes), Mas acho que isso compete ao chefe de cozinha supervisionar e controlar.

A *mise en place* da cozinha funciona da seguinte maneira no Hotel Porto Grande:

- ✓Define-se as doses da carne/peixe, cortando e guardando na camara fria;
- ✓Lava-se e corta os legumes (todos os dias);

¹⁰ “Mise en place » palavra francesa que significa colocação. Em hotelaria, salvo melhor interpretacao, podemos dizer por em ordem, dispor as coisas para um determinado fim.

- ✓ Desinfeta-se as verduras e saladas lavando-as com muita água;
- ✓ Empilha-se os pratos em local acessível, de alcance rápido (Pratos de serviço para as saladas, pratos do dia, sopa e sobremesas);
- ✓ Separa-se previamente os materiais e utensílios a utilizar para evitar muitos movimentos no serviço;
- ✓ Faz-se a pré-cozedura dos legumes;
- ✓ Preparar todos os dias os produtos a serem utilizados para a alimentação do pessoal.

Relativamente a mise *en place* tive a observar e preparar os pedidos feitos do restaurante e\ou bar respeitam a ordem de chegada, ou seja o primeiro pedido é o primeiro a ser confeccionado.

É de salientar que o hotel adota um sistema de rotatividade do prato do dia, sendo que é pré estabelecido vários pratos do dia que vão sendo alternados consoante as disponibilidades do economato/mercado quanto à obtenção dos ingredientes necessários para a confeção dos mesmos. Assim, ao início do dia começa-se a preparar a sopa do dia e os pratos do dia de modo que quando for realizado o pedido apenas se dê os últimos retoques (assar no forno, ou simplesmente embratar). Hotel tem vários pratos do dia porque fez uma previsão de que os hóspedes não permanecem no estabelecimento mais dos quinze dias, portanto há pouca probabilidade de ter um prato do dia repetido durante os quinze dias de estadia. Portanto, conforme é os menus do dia, assim é a mise *en place* da cozinha.

No pequeno-almoço como garantia de que os clientes tivessem sempre tudo o que precisava as quantidades são calculadas de acordo com o número de hóspedes existentes, deste modo o empregado que dará o pequeno-almoço deve tomar a lista dos hóspedes em casa na receção. Caso algo terminar e houver hóspedes sem tomar o pequeno-almoço deve ser feito e colocado na mesa do pequeno-almoço.

Controlo da Cozinha

Para manter os custos e despesas dentro do padrão aceitável, estes precisam ser controlados e todos os empregados que trabalham no sector podem dar uma ajuda, evitando despesas desnecessárias.

Análise de desperdício

No controlo e gestão de produção a Análise de desperdício resultante da preparação e corte de carnes, peixes, sobre mesa ou frutas e é um dado importantíssimo.

Estes produtos comprados em brutos (carne e peixe) terão de ser valorizados com o líquido que correspondem.

Observei que tanto a chefe e subchefe de cozinha tenta reduzir os custos ao máximo, na medida em que faz reaproveitamento das mercadorias, reduzindo assim os desperdícios. Deste modo quando tem muitas sobras dos serviços, são conservados e servidos ao pessoal. Outra técnica, é a utilização das frutas que já não estão com um aspeto viscoso, são utilizadas para fazer sobremesas, bolos, etc. Os produtos que servem para reaproveitar é lançado fora, mas deve-se preencher uma ficha onde dá-se baixa ao produto designada por nota de quebra que deve servir como comprovativo ou justificativa e deve ser entregue ao responsável do economato.

Hotel possui ainda uma ficha de análise de desperdícios que serve para apurar a taxa de desperdício que tem num produto bruto, ou seja depois do tratamento ou limpeza do produto, verificar realmente a quantidade do produto limpo que foi aproveitada e apurar.

A cozinha também faz uso a quantidade de desperdício, não serve para aproveitar. Ex, peixe, carne das fichas de controlo, seguintes:

- Pesagem de pão, (para colocar em anexo) serve para saber as quantidades de ingredientes gastos na confeção do pão de forma a apurar os custos.

- Ficha de pequeno-almoço, (para colocar em anexo) nesta ficha consta todos os produtos e as suas respetivas quantidades que foram utilizadas no *buffet*¹¹ de pequeno-almoço.

Todos estes documentos acima citados devem ser do conhecimento da chefe de cozinha, e depois são entregues a diretor de F&B, este deve assegurar a sua contabilização e o controlo.

Nos tempos moderno o chefe de cozinha tem um papel determinante no controlo dos custos da área de produção, portanto para além produção (confeccionar pratos) deve assumir uma postura de gestor. Deste modo deve gerir de forma eficaz os seus recursos humanos e materiais, a fim de tornar a área de produção mais rentável.

Ficha técnica

A ficha técnica¹² é um precioso documento de gestão em que com a padronização de receitas controla a quantidade assim como a qualidade da produção da cozinha. Consiste em normas e procedimentos a serem seguidos na preparação e serviço de cada um dos itens do *menu*. A padronização da receita é a chave da consistência do *menu*, e o sucesso operacional.

A ficha técnica é um instrumento fundamental em qualquer cozinha de restaurante e quanto maior for o grau de precisão da mesma, mais fácil tende a ficar a administração do negócio. Além disso, a ficha técnica deve descrever o custo das matérias-primas necessárias para a elaboração de uma ou diversas doses.

Como é sabido, a hotelaria e restauração apresenta uma elevada rotação dos seus recursos humanos. Assim, importa garantir que a ausência ou saída de um ou mais

¹¹ Serviço de refeições facultados aos hóspedes de um hotel ou clientes de um restaurante, em recinto fechado ou aberto, concebido para os clientes se sirvam a sua vontade dos alimentos confeccionados, expostos em mesas alongadas.

¹² “ A ficha técnica de produção, ou ficha de cozinha, é o instrumento que garante a manutenção de um controlo de qualidade permanente em toda a produção de *F&B*.” (MOSER, P.115)

colaboradores não coloque em causa a regular produção de um estabelecimento. Igualmente, as fichas técnicas são um instrumento fundamental para manter os níveis de qualidade pretendidos, servindo de ajuda para os novos colaboradores e estagiários que ingressam pela primeira vez no estabelecimento e tenham de proceder à *mise-en-place* e confeção de comidas e bebidas diferentes.


Estas fichas técnicas são fundamentais e básicas para o cálculo do preço de venda e para a avaliação dos *menus*. As fichas técnicas podem ser:

Administrativas - aquelas que possibilitam o cálculo do custo dos pratos. Operacionais - são receitas com fotos, possibilitando o padrão nos preparos.

Existem diversos modelos e tipo de fichas técnicas, no entanto, recomenda-se que incluam pelo menos as seguintes informações:

✓Nome do item;	✓Modo de servir.
✓Rendimento total;	✓Foto do prato
✓Número de serviços;	✓Rácio
✓Tamanho da porção;	✓Preço de venda;
✓Lista de ingredientes;	✓Custo total da receita e custo por dose;
✓Método de Preparação e Confeção;	✓Tempo de cozimento e temperatura;

Figura 6 Ficha Técnica de Cozinha

FICHA TÉCNICA BUFFET									
Nº 01		Nº PAX		FOTO					
NOME DE PRATO:		Bife de Atum Grelhado com Molho verde		1					
TIPO:		PRATO QUENTE							
COR:									
CATEGORIA:		PRINCIPAIS							
SABOR:									
MODO DE PREPARAÇÃO									
Cortar e temperar o peixe com sal e sumo de limão. Cortar, cozinhar, e saltar os legumes com azeite e alho. Empratar o peixe grelhado com os legumes saltado.									
DECORAÇÃO									
Decorado com limão e verde.									
CÁLCULO DE CUSTOS									
Cod.	Unid.	Productos	Quantidade	Precio Unit.	custo	Almacen		Custo \$	
010503	KG	ATUM INTEIRO	0,200	671	134,27 \$	Geral	67,37%	1,22 \$	
107137	KG	LIMÃO	0,060	198	11,87 \$	Geral	5,95%	0,11 \$	
107132	KG	SALSA	0,010	674	6,74 \$	Geral	3,38%	0,06 \$	
10883	LT	AZEITE	0,030	339	10,18 \$	Geral	5,11%	0,09 \$	
010715	KG	ALHO	0,010	299	2,99 \$	Geral	1,50%	0,03 \$	
010734	KG	CENOURA	0,060	141	8,44 \$	Geral	4,24%	0,08 \$	
010779	KG	REPOLHO BRANCO	0,060	105	6,32 \$	Geral	3,17%	0,06 \$	
010792	KG	VAGEM	0,060	132	7,91 \$	Geral	3,97%	0,07 \$	
010721	KG	BATATA INGLESA	0,100	96	9,64 \$	Geral	4,84%	0,09 \$	
107125	KG	CEBOLA	0,010	93	0,93 \$	Geral	0,47%	0,01 \$	
0	0			0	0,00 \$	0	0,00%	0,00 \$	
					PREÇO DE CUSTO RECEITA	199,28 \$		100%	1,81 \$
					PREÇO DE CUSTO PAX	199,28 \$			
					PREÇO DE VENDA	800,00 \$			
					ECV 199,3	800,00 \$			
					ECV 0,2	1	24,91%		

C. Factor	Cálculo por PVP	Calculo Food Cost
Valores	3	800 \$
Preço venda bruto	598 \$	651,60 \$
Margem C. Unitaria	399 \$	452,32 \$
IVA	74 \$	800 \$
SISP	17 \$	28 \$
Comissão	0 \$	0 \$
Factor		3,269708171
Food Cost	33%	31%
PVP Final	489 \$	979 \$

	IVA	SISP	Comissão
IVA	15,05%		
SISP		3,5%	
Comissão			0,00%
			81,45%

Fonte: Hotel Porto Grande

Os cozinheiros ao confeccionar os seus pratos deve ater-se a um padrão não só para garantir a qualidade, mas também para garantir os custos fixados neste sentido a ficha técnica constitui um excelente instrumento de gestão da cozinha.

2.2.3 Restaurante

A reputação de muitos hotéis assenta frequentemente nos seus restaurantes e é realmente a qualidade da comida e do serviço que pode trazer fama ao estabelecimento inteiro.

Em 1756, um senhor de nome *Boulangier* apareceu como vendedor de sopas na *Rue des Paullies*, em Paris. “Resolve dar-lhe o nome de restaurante e afixa um grande letreiro por cima da porta: “*Boulangier* debite des restaurants divins”; além disso, acrescenta também a frase seguinte em latim:” Venite ad me, vos qui stomacho laboratis, et ego restaurabo vos” (“vinde a mim, vós que trabalhais com o vosso estômago, que eu vos restauro”). (Joaquim António Janeiro, pág. 18).

O restaurante de um hotel, local onde são consumidas, pelos clientes, as refeições confeccionadas pela cozinha, deve possuir uma personalidade própria, bem como um conceito inovador, de forma a diferenciar-se de outros hotéis.

Quintas (Volume II, 2006) refere que "Os restaurantes dos estabelecimentos hoteleiros deverão possuir uma identidade de qualidade, resultante de uma combinação de *design* original do espaço físico, mobiliário e decoração; grande qualidade da comida e nível de serviço; aspeto atraente das mesas, composição equilibrada da carta e agradável apresentação do pessoal", (p. 508). Podemos, ainda acrescentar que, "O restaurante é sem dúvida uma das seções mais complexas dos estabelecimentos hoteleiros, tanto pela natureza especial da função que lhe cabe desempenhar, como pela importância e sua relação com outros departamentos a que está intimamente ligado e de que depende em boa medida", nomeadamente a cozinha (p. 513).

Num estabelecimento hoteleiro, o restaurante é o local que é visitado pelos clientes com a finalidade de estes usufruírem de uma boa refeição. Cada estabelecimento oferece ao seu cliente as refeições que considerar importantes, mediante a estrutura e tipo do hotel. De entre as refeições possíveis a apresentar pelos hotéis, podemos identificar, os pequenos-almoços, os almoços e os jantares.

Em relação à classificação, Castelli (2003) afirma que os restaurantes podem ser de luxo e de primeira, segunda ou terceira categoria. Para alcançarem determinada classificação, os restaurantes devem ter como pré-requisitos uma grande variedade de exigências, sempre baseadas nos interesses dos clientes. Além disso, devem considerar alguns aspetos como:

A qualidade da comida e dos serviços oferecidos; as instalações e equipamentos; o tamanho e capacidade do estabelecimento; a decoração, higiene e limpeza do ambiente; entre outros.

Para Castelli (2003), os principais tipos de restaurante são:

- ✓ Restaurante clássico ou internacional – oferece um serviço requintado e serve pratos da cozinha internacional, incluindo alguns pratos da cozinha brasileira de amplo consumo no mercado;
- ✓ Restaurante regional – caracteriza-se por sua decoração típica e pelos pratos que oferece. Geralmente é originário de uma região ou de um país de características bem acentuadas;
- ✓ Restaurante comercial – caracteriza-se por possuir instalações simples e cardápios de pratos rápidos e baratos adequados à clientela, que geralmente é composta de pessoas que trabalham no comércio e em escritórios;
- ✓ Restaurante de empresa – está situado dentro da empresa para servir a comida dos funcionários. O serviço funciona pelo método *self-service* e é necessariamente simples e rápido;
- ✓ Restaurante do hotel – destina-se a servir os clientes instalados no hotel (hóspedes), podendo também servir clientes passantes.

O restaurante situa-se no primeiro piso do edifício do Hotel e é uma unidade de quatro estrelas, com uma capacidade máxima de 80 a 100 lugares sentados e em caso de *buffet* 150 lugares.

Em relação à classificação, Castelli (2003) afirma que os restaurantes podem ser de luxo e de primeira, segunda ou terceira categoria. Para alcançarem determinada classificação, os restaurantes devem ter como pré-requisitos uma grande variedade de exigências, sempre baseadas nos interesses dos clientes.

Classificados de várias maneiras: agrupando-os por categoria:

- ✓Luxo;
- ✓Primeira categoria;
- ✓Segunda categoria;
- ✓Terceira categoria;

Classificando-os pelo sistema de serviço oferecido:

- ✓À la carte;
- ✓Sistema de *buffet*.

Classificando-os pelo seu tamanho:

- ✓Pequeno;
- ✓Médio porte;
- ✓Grande porte.

Classificando-os pela tipicidade da culinária:

- ✓Internacional;
- ✓Contemporâneo (pratos internacionais mais a culinária do país e que se encontra),
- ✓Especialidades (que pode ser típico de um país ou região, ou trabalhar uma determinada comida como massas, ou um determinado tipo de modo de cocção como grelhados);
- ✓*Coffee shop* (preparos rápidos e menos elaborados);

Classificando-os pela degustação ou experimentais (que atendem a gourmets ou públicos específicos como vegetarianos, por exemplo).

Em relação ao restaurante “*perola do atlântico*” do hotel porto grande pode ser classificada como um restaurante de primeira categoria, oferecendo serviços á la carte e de *buffet*.

Tipos de serviços e tipos de execução dos serviços

Os tipos de serviço definem-se pela forma como se processam e segundo os costumes ou conveniências dos estabelecimentos. Os tipos de serviço prestados ao cliente num restaurante são apresentados de três formas fundamentais:

Serviço de Mesa Redonda - Quando existe um menu fixo ou com opções, mas com preço já determinado independentemente da sua composição. Podemos apresentar este serviço a partir de uma ementa fixa escolhida pelo restaurante, sem possibilidade de troca e opção, a um preço fixo, independentemente de o cliente consumir todos os pratos ou não. A outra possibilidade dá-se através de uma ementa com opções. Aqui o restaurante tem varias ementas à escolha, com um preço previamente estabelecido e o cliente só tem de optar pelo que lhe mais agrada.

Serviço à lá Carte – Trás mais vantagens no contexto económico, quer para o cliente quer para o estabelecimento. Este serviço caracteriza-se pela diversidade das iguarias, onde cada uma tem o seu preço específico.

Serviço Buffet - O cliente paga uma determinada quantia, podendo assim consumir de tudo o que tiver exposto nas mesas e repetir se desejar. Dá um grande leque de opções e permite a redução do pessoal das mesas, tanto em quantidade como em qualificação.

No que desrespeito a hotel porto grande, este estabelecimento faz uso dos serviços á la carte e Buffet (nos eventos como casamento, batizados ou num jantar).

Os estabelecimentos devem executar os serviços de mesa de acordo com o respetivo tipo, qualificação e classificação. Por mais simples que seja um estabelecimento de restauração e bebidas, deve cumprir sempre um conjunto de regras fundamentais que

revelam profissionalismo e contribuem decisivamente para justificar o preço cobrado. Importa por isso conhecer essas regras e praticar um serviço de mesa adequado a cada tipo de estabelecimento.

A execução dos serviços de mesa é caracterizada de seguintes formas distintas: à Inglesa direta e indireta, à Francesa, à russa e à Americana.

Em cada tipo de serviço são utilizados métodos e certas atenções que possibilita caracterizar cada tipo de serviço, da seguinte forma:

Serviço à Francesa - Dá a possibilidade ao cliente de se servir a si próprio. O serviço é iniciado quando o empregado de tronco inclinado, apresenta ao cliente, pelo lado esquerdo a travessa, segura com a mão direita, com o respetivo talher de serviço. Quando se trata de uma mesa com o máximo de quatro pessoas é aceitável colocar a iguaria principal sobre a mesa.

Serviço à Inglesa Direto - O empregado, recolhe o serviço na cozinha, verifica se o mesmo está de acordo com o pedido feito pelo cliente, em seguida transporta-o para a sala, passando a apresenta-lo pelo lado esquerdo do cliente. Começa então a servir após a aprovação daquele, utilizando o talher de serviço em jeito de pinça, com o qual passa os alimentos da travessa para o prato segundo as normas previstas.

Vantagens

- ✓ *Serviço rápido;*
- ✓ *Distribuição equitativa e menos risco de acidente por parte do cliente;*

Desvantagens

- ✓ *Serviço difícil para o empregado;*
- ✓ *O cliente é quase impossibilitado de escolher;*

Serviço à Inglesa Indireto - O empregado transporta a iguaria seguindo os mesmos cuidados atrás mencionados, coloca-a na mesa de serviço ou carro de apoio,

começando a executar o serviço de empratamento. Depois de empratado é servido ao cliente pelo lado direito.

Vantagens

- Serviço rápido e elegante;
- Quase não risco e o incomodo;
- Há distribuição equitativa e económica;
- O empregado de utilizar o seu bom gosto no empratamento;

Desvantagens

Torna-se mais dispendioso devido à aquisição do *guéridon*¹³;

Russa – Este tipo de serviço de mesa esta em desuso. O empregado de mesa coloca o prato pelo lado direito do cliente com a mão direita à frente deste. As iguarias, normalmente peças grandes, apos apresentadas aos convivas, são trinchadas; colocam-se novamente na travessa, dando-lhes a forma inicial, e em seguida procede-se tal como para o serviço à francesa.

Há muito considerado um método de serviço bastante demorado e também por necessitar de maior número de funcionários.

Vantagens

- ✓ Tem vista, pode ser grandioso

Desvantagem

- ✓ Não é económico e é muito demorado

Serviço empratado ou à Americana - O mais simples de todos, pois as iguarias são empratadas na cozinha, transportadas pelo empregado e servidas pelo lado direito do cliente. É de referir que no hotel porto grande essa técnica é utilizada no serviço de mesa.

¹³ *Guéridon* carrinho usado em serviço francês para a preparação de um prato ao lado da mesa de jantar em que será servido.

Vantagens

- ✓ Serviço rápido e elegante. É fácil, possibilita a criatividade no emplatamento ao cozinheiro ou ao funcionário. Há distribuição equitativa e económica.

Desvantagens

- ✓ É muito fácil para o funcionário. Isso pode prejudicar para ele no campo profissional.

Nota: *na colocação ou no retirar do prato ao cliente também é correto fazê-lo com a mão esquerda, desde que o empregado o faça pelo lado direito do cliente.*

Receção de clientes

- ✓ Assim que o cliente chegar no restaurante, o empregado de mesa deve atendê-lo, acompanhá-lo e acomodá-lo.
- ✓ Levar o *menu* e perguntar ao cliente o que ele quer para beber e voltar os copos;
- ✓ Circular pelo restaurante, mas sempre atento ao cliente;
- ✓ Anotar o pedido do cliente, este vai demorar consoante o tipo de prato solicitado, por norma vai dos 20 aos 30 minutos;
- ✓ Servir os pratos quando prontos, pela direita e as senhoras sempre em primeiro;
- ✓ Evitar tocar o polegar na orla superior do prato;
- ✓ Levar a carta novamente para que estes escolham a sobremesa;
- ✓ Limpar as migalhas de pão que ficam nas mesas, antes de servir a sobremesa.

Finalização do serviço

Depois pergunta-se, se desejam tomar algum digestivo, no caso seja um hóspede do hotel, este pode pagar na hora ou então pode inserir na sua conta para pagar posteriormente e aquando da sua saída, o *garçon* deve acompanhar o cliente até a porta, abri-la e desejar-lhe boa noite.

Quando a refeição chegue ao final e o cliente solicitar a conta, o *garçon* pede para o caixa efetuar o fechamento da mesa. O caixa tira uma fatura com os valores gastos e anexa as duas vias para uma conferência por parte do cliente.

O ambiente e a disposição das coisas

A comida em si é apenas uma parte da vivência da refeição, porque os sentidos são afetados pelo ambiente, que pode também influenciar o estado de alerta mental. O ponto de partida, para a aceitação ou rejeição do ambiente onde se come, pode ficar tão distante, quanto a fachada externa e a entrada para o restaurante. Quanto mais convidativas, estas forem, mais fácil será para o cliente, decidir-se a entrar. Uma vez dentro, a atenção recai no tamanho e na forma:

Restaurante – a forma da sala e as suas características, incluindo os diferentes níveis de pavimento, quaisquer lustres ou colunas com enfeites, a zona de refeição, tudo contribui, para a imagem mental do cliente e para o modo, como vai aceitar a comida e a bebida.

Decoração – as cores usadas para decorar a sala, devem harmonizar-se e devem usar-se combinações de cores estéticas, que ajudem a acentuar as características e a criar uma atmosfera viva ou relaxante, de acordo com o tipo de restaurante. Cores primárias fortes no lado quente do espectro, tais como o vermelho, criam excitação e alegria, ao passo que as cores pastel, difusas no lado frio do espectro, são mais apropriadas, para uma sensação de repouso e calma. O uso indiscriminado de esquema de cor criará um ambiente de inquietação e dissonância.

O restaurante perola do atlântico tem uma decoração ao mesmo tempo sóbria e quente que mistura objetos de inspiração de um barco com um mobiliário adequado, com capacidade para 100 pessoas sentados. No restaurante do referido hotel oferecem o serviço de *buffet* no pequeno-almoço e o serviço á la carte no almoço e jantar. O hotel apostou numa ementa de pratos variados baseada em carnes, peixes e marisco.

Também no restaurante são realizados eventos diversos nesse espaço como casamentos, ceias, jantares especiais.

Iluminação – Boa iluminação, representa um papel importante na vivência da refeição, quando ajuda a modificar as cores e pode transmitir ao cliente, o sentimento, de que se encontra no seu melhor aspeto, naquele lugar. Tem também efeito na apresentação da comida e pode aumentar a sua aparência apetitosa. É possível instalar acessórios de iluminação, que podem trocar-se num momento, para se adaptarem a uma situação particular, ou para proporcionar um efeito especial, que é necessário por vezes num jantar dançante, ou numa cerimónia de apresentação. Iluminação normal, que dê um efeito de luz do dia, impedirá os clientes de se demorarem demasiado na refeição e tornará assim possível, aumentar o movimento. Um restaurante íntimo usará muito pouca luz.

Acústica – Embora o barulho excessivo possa causar *stress*, uma sala completamente silenciosa, pode ser inaceitável para muitos clientes, portanto é aconselhável, algum som de fundo. A manipulação discreta do ambiente de fundo, incluindo a música e o ritmo dos empregados, pode afetar a velocidade, a que os clientes comem a sua refeição. Devemos ter presente, que cortinas, tapeçarias e alcatifas espessas, absorvem o ruído e podem diminuir o nível de som geral.

A temperatura – O sistema de ar condicionado, para manter o restaurante á melhor temperatura é posto a 18 graus para melhor conforto. Isto contribuirá para a sensação de bem-estar, que os clientes esperam, esteja lá fora o tempo que estiver.

O elemento humano – o pessoal em serviço, precisa conhecer as boas maneiras, porque a interação do pessoal com os clientes, pode ser crucial para o bom nome do restaurante. O pessoal pode adaptar-se às várias atitudes adotadas pelos clientes, cada membro do pessoal, tem de transparecer uma face sorridente, não interessando a tristeza, que possa trazer no coração, ou a irascibilidade do cliente. O sorriso, não deve ser demasiado aberto e deve adaptar-se á reação do cliente,

reação essa, que pode ser amável mas talvez hostil, o empregado de mesa, tem que aprender a adaptar o seu estado temperamental, a cada situação.

A linguagem da ementa – O estilo, disposição e conteúdo da ementa é compatíveis com toda a vivência da refeição. Nada se pode fazer, para ajudar os clientes, em relação á lista de vinhos, a não ser, dar indicações verbais ou escritas, sobre as suas características.

Preço – Quanto mais elevados os preços cobrados pelo restaurante, tanto mais elevadas serão as expectativas do cliente, o que significa, que a política de marcação do preço, é uma indicação da qualidade da comida. A escolha dos restaurantes pelos clientes, é largamente influenciada pelos preços cobrados e pelo valor recebido, usando alguns lugares, os preços, como forma discriminatória, contra certos tipos de clientes e mantendo-os artificialmente altos, para barrar o acesso a pessoas indesejáveis. É possível trabalhar com uma política flexível de preços, pelo que um prato popular de uma ementa é sobrecarregado no preço durante o decurso de uma refeição, de acordo com a procura, enquanto por outro lado, se reduz o preço de um prato menos pedido, na tentativa de o esgotar.

Mobiliário e Utensílios do Restaurante “pérola de atlântico”

O mobiliário do restaurante deve estar em harmonia com o tipo e a categoria do estabelecimento, facilitar o serviço por parte da sua brigada, oferecer conforto, ser padronizado para facilitar a sua reposição e ser resistente para o uso diário. É de salientar que o hotel possui um mobiliário típico e se encontra em sintonia com a decoração do restaurante. Vários são os móveis necessários para operar num restaurante, entre eles: mesas, cadeiras, aparadores, mesas auxiliares (*guérridons*), carrinhos diversos, mesa para *buffet*.

Figura 7 Utensílios do Restaurante

De entre utensílios do restaurante	
<ul style="list-style-type: none">•Abridor de garrafas e latas,•Coadores,•Bandejas,•Pinça de gelo,•Colher bailarina,•Tigela para salgadinhos,•Baldes para gelos,•Facas diversas (chá, café, sobremesa),•<i>Mixing-glass</i> (copo de misturas),•Copos diversos,•Tábua para cortar frutas,•Doseador para bebidas,•Jarras,•Espremedor de frutas,	<ul style="list-style-type: none">•Facas diversas (chá, café, sobremesa),•<i>Mixing-glass</i> (copo de misturas),•Copos diversos,•Tábua para cortar frutas,•Doseador para bebidas,•Jarras,•Espremedor•Ralador de noz-moscada,•Saca-rolhas,•Paliteiros,•Guardanapos de pano e de papel,•Toalhas.

Fonte: elaboração própria

Requisitos da brigada do restaurante

- ✓Asseio/hábitos – mãos e unhas limpas, barba feita, cabelos amarrados, perfumes e joias discretos, evitar fumar, não mascar pastilhas elásticas, não apoiar-se nos móveis e paredes e nem intrometer-se nas conversas dos clientes.
- ✓Cortesia/educação – agir sempre com delicadeza, tato e boa educação, sem cair no *snobismo*, bem como ter conhecimento de línguas.
- ✓Cooperação e espírito de equipa – realizar um trabalho com participação de outras pessoas, ajudar os colegas quando for necessário.

- ✓Honestidade – servir uma dose de bebida com várias “ choradinhas” para com isso obter do cliente uma gorjeta maior, participar de intimidades isso também demonstra falta de honestidade.

Atribuições e responsabilidades do pessoal do restaurante

E em termos funcionais, a brigada encontra-se dividida da seguinte forma:

Chefe de restaurante:

- Organizar e orientar os serviços no restaurante;
- Distribuir os serviços de acordo com o número de categoria do pessoal;
- Explicar a sequência dos serviços assim como a composição dos pratos antes do início de cada serviço;
- Deve fazer inventários periódicos dos materiais da secção, velando pela sua conservação e higiene;
- Receber os clientes acompanhando-os às mesas, ajudando-os a sentar-se;
- Tomar nota dos seus pedidos e se a casa estiver cheia;
- Manter disciplina na secção.

Subchefe de restaurante

- Quando o chefe de restaurante estiver presente tem autoridade a seguir dela, mas substitui na sua ausência;
- Compete ainda a dirigir os trabalhos do *Mise-en-Place*;
- Ajudar o chefe de mesa na receção dos clientes a tirar pedidos.

Empregado de mesa

- Executa a colaboração na preparação da sala e arranjos das mesas;
- Serve as refeições e bebidas;
- Pede e emite conta do consumo dos clientes;
- No final das refeições colabora na arrumação da sala;
- Pode substituir o subchefe na ausência deste.

A brigada do restaurante é constituída por 7 (seis) funcionários, sendo um chefe, um subchefe, cinco empregados de mesa. Os funcionários trabalham por turnos subdivididos, conforme for o horário de cada um. O horário dos funcionários do restaurante é elaborado todos os meses pelo chefe do restaurante de acordo com os horários de trabalhos.

Mise en place

O trabalho de *mise-en-place* bem estruturado deve ser considerado, entre outros trabalhos diários do profissional de hotelaria, dos mais úteis para o bom desempenho do serviço. As tarefas que o compõem são diversificadas e a eficiência nesta área dá ao empregado que as executa a garantia de tranquilidade.

O Hotel porto grande segue as tarefas de *mise-en-place*. O empregado que a efetua tem que ter todo o cuidado e rigor na sua execução.

Serviço de pequeno-almoço:

Serviço de Pequenos-Almoços O pequeno-almoço é, na maior parte das vezes, a única refeição incluída na estada dos hóspedes, sendo que esta é das refeições mais importantes do dia, e que os hóspedes tendem a não despender de muito tempo no seu consumo, esta terá de ser uma refeição rápida e eficiente. Quintas (2006) refere que:

"O pequeno-almoço é, em muitos casos a única refeição que os hóspedes tomam no estabelecimento a que se acolhem, proporcionando, por isso, aos hoteleiros a possibilidade de os impressionar favoravelmente e procurar levá-los a utilizar o restaurante do hotel durante a estadia" (p. 571).

Uma das formas mais eficientes de servir esta refeição é através do Buffet. Este tipo de serviço, denominado de self-service, implica que o cliente se sirva a si próprio, a partir de uma mesa ou bancada com os alimentos, bebidas e materiais necessários (louças, vidros e talheres). É relevante, neste caso, que os alimentos sejam expostos adequadamente, respeitando a qualidade dos mesmos. Em alguns casos, o hotel opta por servir à mesa as bebidas quentes (café, chá, chocolate e leite), através de uns

termos, de forma a conservar a sua temperatura. A modalidade de pequeno-almoço Buffet é considerada uma mais-valia, apresentando algumas vantagens para o hotel. Começando pela facilidade do serviço, visto que é o próprio cliente que se serve, os colaboradores apenas têm de prestar alguma assistência. Se o serviço é realizado pelo cliente, isso implica uma redução do número de colaboradores necessários ao serviço, consequentemente, uma redução de custos. Por fim, a modalidade Buffet tende a originar um serviço mais rápido, o que por sua vez, garante uma elevada rotação dos lugares disponíveis na sala.

No serviço de pequenos-almoços, mesmo recorrendo ao Buffet, é necessário que exista uma carta de pequenos-almoços. Essa carta deve contemplar todos os alimentos e bebidas incluídos no respetivo serviço e, os seus respetivos preços, para que o cliente a possa consultar e se possa informar do tipo de produtos que terá à sua disposição. A carta deverá ser elaborada em Português e nas línguas estrangeiras, de forma a estar acessível a todos os clientes.

Serviço de almoço e jantar

As refeições mais elaboradas, como os almoços e os jantares podem ser servidos de diferentes formas. De acordo com *Medlik & Ingram* (2002), estes serviços de restaurante dividem-se em três níveis de serviços, o serviço self-service, serviço no balcão e serviço *à lá carte*. No serviço de self-service, também designado Buffet, o cliente é que serve a sua refeição, adquirindo os alimentos junto de uma mesa ou balcão e, posteriormente, senta-se numa mesa para a consumir. Outro dos serviços, o serviço no balcão, consiste em servir a refeição ao cliente, sendo consumida no balcão. Por fim, o serviço *à la carte*, onde o cliente é servido por um colaborador do estabelecimento, que anota o pedido do cliente e o serve na mesa. Nesta última forma de serviço, *à la carte*, pode ser oferecido ao cliente dois menus diferentes. O menu *table d'hôtel*, que consiste num menu com opções limitadas, e com um preço único para qualquer combinação de itens escolhidos, ou com um preço determinado pela

escolha do prato principal. E o menu à la carte, este oferece várias opções de itens, sendo que cada item possui um preço específico. (p. 102)

Nos serviços de refeições é necessário que exista uma carta do restaurante, onde sejam contemplados todos os pratos confeccionados no restaurante. Quintas (Volume II, 2006) afirmou que, "A carta do restaurante deverá proporcionar a satisfação dos clientes, graças, sobretudo, ao nível, variedade e originalidade das confeções propostas, à qualidade dos produtos utilizados e à oferta de preços considerados justos pelos destinatários." (p. 520).

A carta não deverá ser demasiado extensa, de modo a que não seja necessária uma exagerada diversidade de mercadorias, evitando a existência de elevados *stocks*. Em relação à sua organização, esta deverá ser organizada pela mesma ordem por que são servidos os pratos, começando pelos acepipes, seguindo-se os cremes, as massas, os peixes, as carnes a fruta e sobremesas e por fim as bebidas, sendo que as bebidas poderão estar contempladas em uma outra carta mais específica. A carta deve ser alterada constantemente, indo de encontro às necessidades dos clientes, o mais aconselhável seria a sua mudança a cada época do ano, de forma a acompanhar a variação dos produtos do mercado.

O horário de funcionamento do restaurante:

- 7H00 ÀS 10:00 pequeno-almoço;
- 12:30 ÀS 15:00 almoço;
- 19:30 ÀS 23:00 jantar;

Requisição

As requisições dessa área são feitas todos os dias. Relativamente as bebidas (vendidas por unidade), os aperitivos sólidos (matutano, amendoins) e o tabaco são requisitadas de acordo com as quantidades vendidas, isso para meterem sempre um *stock* fixo.

A ficha de requisição tem três vias:

Economato (original)

Controlo (duplicado)

Fica no restaurante (triplicado)

A requisição deve ser assinada pelos responsáveis do restaurante, economato e de controlo (direção), o responsável pelo levantamento da requisição de conferir se tudo esta nos conforme e arrumar na "cave do dia"¹⁴.

Tive a oportunidade de participar muitas vezes na realização do *mise en place* do restaurante, polir os copos (água quente e álcool) e repor os talheres nas mesas, para que tivéssemos sempre os itens em condições de serviço ao cliente com rapidez e eficácia aliado de um bom serviço. Bem como aprender a utilizar o programa, como fazer os lançamentos, quando o cliente fazia logo o pagamento, mas também quando era para lançar no quarto.

Menu/Cartas apresentação e composição

O objetivo do *menu* é informar o cliente das comidas e bebidas que pode escolher a determinado preço. *Menu* significa em francês "detalhe num minuto". O *menu* é um importantíssimo instrumento e ferramenta de *marketing* de um restaurante dado que este reflete o conceito, a imagem, o ambiente, o tipo de cozinha, serviço entre outros.

"A elaboração de um *menu* deverá obedecer a determinados requisitos, de forma a satisfazer o mercado onde está inserido bem como assegurar a máxima rentabilidade operacional". (MOSER, 2002, p.31)

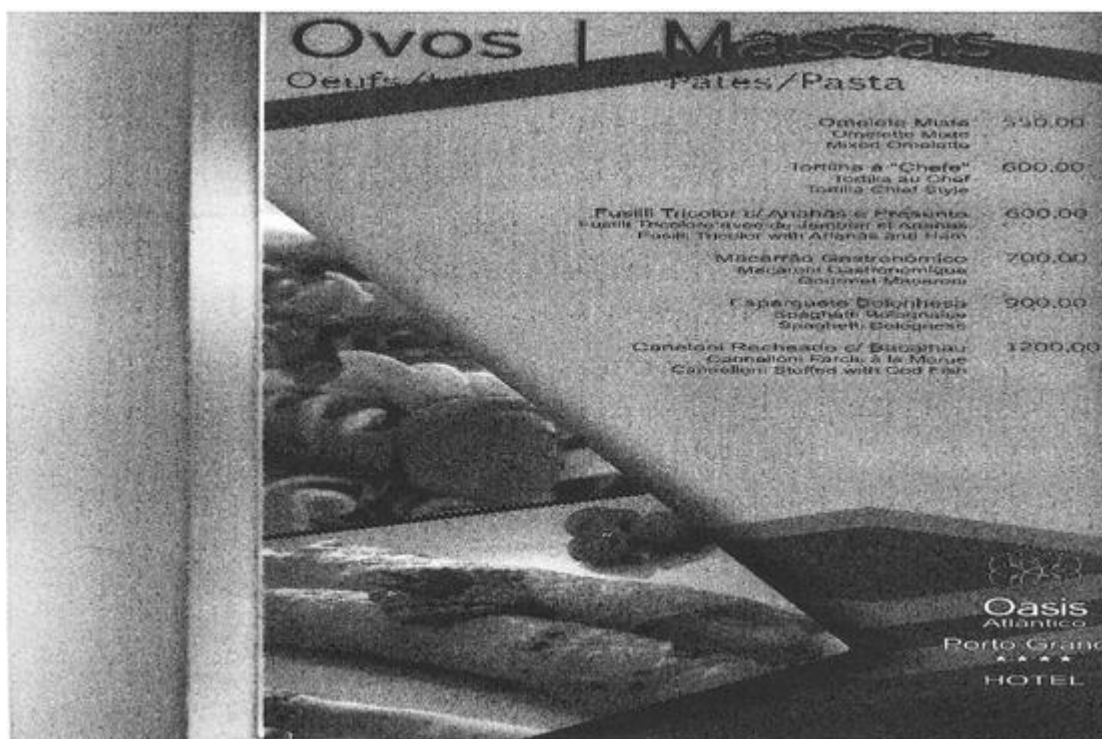
✓Ser atrativo;

✓Estar limpo;

¹⁴ A cave do dia é Subsecção de apoio ao restaurante. Para que o abastecimento de bebidas e outros artigos ao restaurante seja feito nas melhores condições, o responsável da cave deve ter locais arrumado, em especial, as bebidas, cuja temperatura deve estar mais próximo das que a cada uma dela é aconselhável. Para que assim aconteça há necessidade, por vezes, de criar essas condições.

- ✓Ser de fácil leitura;
- ✓Estar em sintonia com o local ou evento;
- ✓Satisfazer as necessidades do cliente;
- ✓Ter um *design* adequado.

Figura 8 Menu de Hotel Porto Grande



Fonte: Hotel Porto Grande

Critérios elaboração de *menu*

No hotel Porto grande, o diretor geral, juntamente com a ajuda da diretor de A&B e a chefe de cozinha, elaboram diversos *menus* de acordo com o mês em questão, de modo a evitar a repetição dos pratos entre as semanas, visto que existem clientes pontuais, e digamos que estes já conseguem fazer um controlo dos pratos que são oferecidos. Uma das formas encontradas para primar pela qualidade do serviço oferecido.

Os pratos que constam na ementa são escolhidos, pelos:

- ✓Diretor geral;
- ✓Diretor de F&B;
- ✓Chefe de cozinha.

Na carta de vinhos podemos encontrar os seguintes vinhos: Tintos; Brancos; Roses; Champanhe e Espumantes.

A elaboração de um menu deverá obedecer a determinados requisitos, de forma a satisfazer o mercado onde está inserido bem como assegurar a máxima rentabilidade operacional. Deste modo á que considerar determinados aspetos como:

- Perfil da clientela e a categoria do estabelecimento hoteleiro;
- Análise da concorrência;
- Capacidade da zona de produção e serviço;
- Competências técnicas do pessoal;
- Rácios de custos;
- Ordenação dos diversos pratos;
- Alternativas ao modo de confeção dos pratos (cozido, grelhado, assado, frito);
- Aproveitamento integral dos produtos
- Pratos do dia;
- Facilidade na aquisição dos produtos (Produtos locais);
- Apresentação do menu.

O hotel na elaboração da sua ementa procura ter em conta esses diversos aspetos acima mencionados.

Menu da meia pensão:

- Sopa ou entradas
- Peixe ou carne
- Sobremesa

Menu pensão completa – o mesmo que o da meia pensão, incluindo o jantar.

Nota: se o cliente fizer algum pedido que não esteja no menu, da meia pensão ou pensão completa ele terá de pagar a diferença.

O estabelecimento tem um leque de oferta variada de entre os quais:

Os clientes que possuem reservam no regime de Meia pensão tem direito á uma entrada fria ou quente, um prato peixe ou carne, uma sobremesa e água. Existem pratos que se forem solicitadas por esses clientes têm de pagar extras para esses pratos. São os seguintes pratos: camarão salteado, salada de papaia com camarão, salada de lagosta, espetada de camarão, arroz de marisco.

2.2.4 Bar lobby

O bar de um hotel é, maioritariamente, utilizado pelos clientes quando estes necessitam de um local confortável para conviver, ou simplesmente para tomar uma bebida ou uma refeição ligeira. De acordo com *Medlik & Ingram*, (2002):

O bar de uma unidade hoteleira é responsável por servir, tanto os seus clientes, como as não clientes. Neste local do hotel, podem ser servidas as diversas bebidas, bem como algumas pequenas e rápidas refeições, ao longo do dia, de forma a satisfazer as necessidades dos seus clientes (p. 105).

Os bares dos hotéis devem ter em atenção três aspetos: a variação das bebidas disponíveis, a forma do serviço e o ambiente e a atmosfera do espaço. Em relação à variação das bebidas, estes devem apresentar uma carta de bebidas onde estejam contemplados todos os tipos de bebidas (alcoólicas e não alcoólicas), bem como os seus respetivos preços, de modo a que o cliente a possa consultar e fique informado de todas as bebidas que o hotel oferece. Se, por sua vez, no bar esteja contemplado o serviço de refeições, deverá, também existir uma carta dessas mesmas refeições. Quanto à forma do serviço, esta varia de espaço para espaço e do tipo de hotel, o serviço terá de ser realizado por um colaborador que obtenha conhecimento específico na elaboração de todas as bebidas. O ambiente e o espaço, apresentado neste local,

deve contemplar um ambiente acolhedor e agradável, de modo a que os seus clientes se sintam confortáveis e, conseqüentemente usufruam dele ao longo da sua estada.

No que se refere à gestão dos *stocks* do bar, é necessário que cada estabelecimento estipule um stock mínimo obrigatório. Este *stock* mínimo deverá estar diretamente interligado com as atividades esperadas do estabelecimento. O colaborador responsável pela gestão de *stocks* do bar, deverá ter em atenção os produtos disponíveis em armazém e os serviços estipulados para os dias seguintes. Uma das suas funções é gerir os produtos em armazém e, as encomendas a realizar dos produtos em falta, para que o hotel consiga satisfazer diariamente os pedidos dos seus clientes.

No Hotel porto grande existe 3 bares, O principal fica próximo da receção, o outro fica na explana do hotel e o outro fica na piscina do hotel. O ambiente do bar deve ser mantido atrativo, acolhedor e simpático, através de uma serie de cuidados que competem ao responsável do bar ou o seu substituto:

- a). As garras de bebidas e espirituosas devem estar sempre arrumadas e limpas;
- b). Limpeza geral cuidada e *mise-en-place* correta;
Manutenção dos equipamentos de acordo com as necessidades, evitando ruídos;
- c). Revisão periódica da pintura das paredes e verniz das madeiras;
- d). Iluminação de acordo com a hora do dia ou do estado do tempo;
- e). Havendo musica ambiente, esta deve ser bem escolhida e mantida no nível mínimo, apenas para preencher o espaço vazio;
- f). A movimentação do pessoal deve ser elegante e sem correrias.

Atendimento ao cliente

Aproximar-se o mais rapidamente possível do cliente mostrando total disponibilidade e simpatia com um sorriso, na abordagem e com a carta aberta, respeitando sempre os pedidos específicos dos clientes e nunca recusar pedido especial do cliente, se for impossível deverá propor uma alternativa.

Propor uma bebida e tratar o cliente pelo seu nome e nunca dar a impressão ao cliente que este devesse libertar a mesa e não parar ao pé da mesa sem motivo aparente. É de uma extrema importância dar a todos os clientes tratamento igual não “discriminando” quem for é sempre bom dar sugestões aos clientes, mas ficar neutro quando da sua escolha.

Atendimento ao telefone

Os funcionários do bar devem atender o telefone prontamente, não deixando tocar muitas vezes. Quando precisa suspender a ligação, avisar ao cliente. Ser disponível e educado.

Cartas do bar

As cartas do bar devem ter sempre boa apresentação e boa impressão, devendo ser evitadas as fotocópias. Devem ser elaboradas com os tipos de bebidas estabelecidos para o hotel, de acordo com a clientela. A seleção de bebidas não deve ser arbitrária ou obedecer a critérios pessoais, mas estar de acordo com o que melhor se pode vender satisfazendo a clientela. Os cocktails ou bebidas compostas devem estar dentro dos padrões e aceites para esses tipos de bebidas.

São incluídos aperitivos para venda, além dos oferecidos (isso quando há jogos acontece sempre)

A capacidade do bar lobby sentado é de 200 pessoas (principalmente aos fins-de-semana em que há música ao vivo com artistas locais, provocando grandes momentos aos clientes que por ali deslocam).

Abertura do Bar e preparação do serviço: o bar abre as 9 horas para o público, mas o funcionário que tem a responsabilidade de abrir entra as 8:30 para preparar o respetivo *mise- en- place*.

Controlo de bebidas no bar

O controlo é feito diariamente, através da contagem física de todas as bebidas existentes no bar e preenche-se uma ficha para verificar se está tudo em conformidade. Todos os dias imprime um relatório de vendas do dia anterior do bar, este relatório permitirá saber as quantidades vendidas. A soma das quantidades vendidas no dia anterior de cada bebida (unidade) e a existência do dia atual deve ser igual a existência Inicial (stock fixo.)

Emissão e preenchimento de comandas

Segundo, (MARQUES, J. Albano, 2007, p.218) “As comandas de vendas devem ter uma numeração sequencial e vias de cor e papel diferente.

A primeira via de comanda deve ser entregue no sector que fornece os serviços [...]. A segunda via é entregue ao caixa do sector, que a agrafa à segunda via da fatura correspondente [...] as duas vias são confrontadas. [...] Deve-se também conferir a numeração sequencial das comandas e ter um registo de entrega destas, com o primeiro e último número anotados, para saber sempre, quem é o detentor do bloco correspondente [...].”

As comandas tem 3 vias:

- ✓Caixa;
- ✓Cozinha;
- ✓Controlo.

Anota-se os pedidos, em comandas separadas em três vias, depois disso distribui as comandas aos seus respetivos lugares.

Figura 9 Exemplo de um comanda

Offset - Gráfica - S. V. 925/04 (2.597)

Fonte: hotel porto grande

Gestão e Controle da Caixa

No início do expediente o responsável pela caixa deve conferir o fundo de caixa, verificar se o rolo PUS está no fim e se está num bom estado. No hotel há um programa informático onde se acede ao sistema, e efetuam todos os lançamentos do dia. Quando o cliente pedir a sua conta, cabe ao responsável da caixa perguntar ao cliente se vai efetuar o seu pagamento via cash ou se vai debitar essa conta no seu aposento isso no caso de esse ser hóspede do referido hotel, depois de obter a resposta do cliente, deve se encerrar sua conta e emitir a fatura. Nesse caso deve-se solicitar o número do quarto do cliente e pedir que este assine a fatura.

No que se refere a troca de turnos dos responsáveis pela caixa, estes devem proceder da seguinte forma, o responsável do caixa que esta a sair deve conferir suas contas (total dos recibos deve ser igual ao dinheiro em caixa mais o fundo de caixa), só então entregar a caixa a outra colega que o vem substituir. No caso de ainda haver clientes com contas em aberto, o responsável do caixa deve entregar as contas ao substituto e passar todas as informações acerca desta conta.

No término do trabalho, faz o fechamento do movimento do dia, e estes (cheques, moedas estrangeiras, moedas nacionais, os talões de cartão de crédito) e faturas são todos entregues na recepção mediante assinatura do funcionário para a confirmação de todas as contas e faturas.

2.3 Compras

Conforme MARQUES (2007) “Nenhuma mercadoria, mesmo considerada de consumo imediato, deverá entrar diretamente no sector que a utilizará. Toda a entrada deverá ser recebida no economato ou despensa e saída feita por requisição. Para os legumes, frutas e outros artigos de mercado, o pedido vale como requisição, sendo registados directamente no sector de consumo.”

A compra adotada no hotel porto grande é duas vezes por semana com um *stock* mínimo de mercadorias. A encomenda é feita no momento da compra exceto nalguns casos, temos que fazer com um dia de antecedência por causa das condições de armazenamento por parte dos fornecedores. As mercadorias são adquiridas mediante pronto pagamento e/ou a crédito.

A tarefa de comprar mercadorias para um hotel exige um conhecimento profundo dos artigos e a capacidade de fazer o melhor uso dos recursos financeiros com intuito de gerar o máximo de lucro. A pessoa que tem a responsabilidade de compra precisa definir os princípios básicos sobre os quais ele deve trabalhar de forma a garantir que as decisões tomadas são eficazes, seguindo alguns princípios:

- Comprar com base na qualidade e não apenas no preço, visto que a qualidade do produto é algo fundamental na hotelaria.
- Comprar artigos ao preço justo no momento certo e na qualidade certa, onde a pesquisa de preço é necessária uma vez que existem constantes variações no tempo para utilização de determinado produto.

- Conhecer a época em que se pode adquirir os artigos, prevendo as tendências do mercado para evitar possíveis problemas de fornecimento.
- Ter mais de um fornecedor para artigos principais, recorrendo apenas a fornecedores de confiança.
- Conhecer a capacidade de seus depósitos, evitar encomendas em excesso e verificar as inspeções das mercadorias no momento da entrega.
- Obter descontos quando possível sem que isto afete a qualidade das mercadorias.

Todos estes princípios tornam-se pontos fundamentais para um melhor controlo de custos dentro do hotel.

O cuidado com o armazenamento é também um ponto importante, pois uma vez armazenada as mercadorias recebidas devem ser consideradas como capital com cada artigo valendo uma quantia em dinheiro, neste ponto o valor parece mais real do que quando são consideradas apenas como mercadorias. Para isto se utiliza um levantamento dos estoques conhecido como inventário que deverá ser feito semanalmente, mensalmente ou anualmente a depender da necessidade da informação para a administração.

a) Ciclo das mercadorias

- 1- Compras - Verificar a aquisição dos produtos tendo em conta sempre o binómio qualidade/preço.
- 2- Receção - Ter atenção na receção dos produtos, controlando a qualidade, o preço, a quantidade, o estado de conservação e a data de validade das mercadorias recebidas.
- 3- Armazenagem - Faz-se o acondicionamento dos produtos nos locais apropriados e das suas condições de higiene e temperatura, gestão dos *stocks* e valorização das mesmas.
- 4- Distribuição - É feito o controlo da transição dos produtos dos armazéns para as diferentes secções de produção e venda, mediante apresentação de requisições internas.

Em relação ao controlo diário das bebidas do *bar* e do restaurante, existe na instituição uma ficha onde é controlada as vendas, as entradas, e as requisições de forma a evitar os aspetos negativos, maximizando o rendimento diminuindo assim os custos, e ainda ver como estão as vendas, se estão altas ou baixas.

b) Elaboração de requisições de compras critérios

A requisição de compras é feita tendo em conta a taxa de ocupação, a rotação dos produtos e os serviços especiais efetuadas nesta semana. (casamentos, finalistas, batizados e entre outros).

O responsável de compras elabora a requisição com o parecer das chefias de cozinha e o aval final é dado pelo diretor geral. A política de compras baseia-se na orientação que deve ser seguida em relação à qualidade/preço pretendida, assim como, da política de pagamentos estabelecida e o tipo de produtos, tais como a sua origem, denominação de origem ou estado. Posteriormente, surge a pesquisa e seleção dos produtos, garantindo a aquisição das comidas e bebidas com a melhor relação qualidade/preço.

A seleção dos artigos e produtos pode ser efetuada consultando diversas fontes, destacando-se a pesquisa, ficha de fornecedores, catálogos recolhidos, feiras da especialidade, Internet, visitas a estabelecimentos da concorrência ou com semelhanças ao conceito pretendido, reuniões e conversas com vendedores, entre outros. Como tal, torna-se necessário selecionar os produtos e artigos que, A priori parecem estar de acordo com o conceito pretendido. Serão, depois, sujeitos a uma avaliação mais detalhada, de preferência com a respetiva ficha de produto. Mas, devido ao pequenez do nosso mercado a qualidade/preço também não é uma preocupação, porque na maioria das vezes os produtos são adquiridos na Copa, Sa., potencial fornecedor, só em caso de rutura de produtos ou por razões financeiras, é que procuram-se outros fornecedores, mas em caso com estes, adquirem-se o produto em pequenas quantidades, embora a diferença de preços não seja tanta.

c) Avaliação da oferta e seleção de marcas

De acordo com as necessidades e tendo em conta sempre o binómio qualidade/preço, selecionam a melhor oferta. Porque uma das preocupações do responsável de compras é o de comparar a qualidade e o preço dos produtos.

Em relação as marcas também não são uma preocupação, visto que, como já tinha sido referido, devido ao pequenez do nosso mercado, posso dizer que importamos mais de 90% dos produtos que consumimos, e sendo a Copa, Sa., o potencial fornecedor, onde podemos encontrar um leque diversificado de produtos e a preços bastante competitivos, as restantes lojas comerciais vão revender o que adquirem na Copa, e é por isso, que os fornecedores oferecem quase todos produtos das mesmas marcas, como por ex. Nestlé, Compal, logurte, etc., e sendo assim, não têm muitas opções na seleção de marcas.

d) Teste de Produtos/Qualidade

Teste de produtos é importante porque, quando pensamos em adquirir uma nova marca de um determinado produto, devemos fazê-lo em pequenas quantidades, uma forma de reduzir os desperdícios e consequentemente os custos, caso o produto testado não adequar as nossas necessidades, no que toca a qualidade/preço.

Por exemplo em vez de adquirirmos 24 unidades de um produto x, adquirimos apenas 4 unidades para testar e neste caso se o produto não adequar as nossas necessidades, não teremos um prejuízo avultado.

e) Visitas a fornecedores

Antes de mais, sugere-se que a relação com os fornecedores deve ser encarada numa ótica de realizar o melhor tipo de negócio para o departamento. Todavia, deve estabelecer-se uma relação com os fornecedores onde ambas as partes ganhem.

Por outro lado, os fornecedores devem ser vistos como parceiros de negócio, podendo transmitir informações e sinais preciosos relativamente ao mercado e aos concorrentes.

Na angariação de fornecedores deve fazer-se uma recolha geográfica alargada, dado que, hoje em dia, com as facilidades de distribuição, importa conhecer quais as condições e preços que diversos fornecedores apresentam. O fornecedor x ou y poderá não ter a melhor proposta.

Para terminar, é de destacar que devemos ter mais do que um fornecedor por produto ou conjunto de produtos, porque com isso, garantimos a existência de *stocks* de produtos por eles oferecidos, evitando assim alterações constantes nos nossos *menus*, conseguimos chegar a um consenso em relação ao preço, recebimento de novos produtos sempre que necessário, e ainda é uma forma de estarmos informados em caso de possíveis ruturas no mercado.

2.4 Economato

O Economato, uma das secções do departamento do hotel, de acordo com Moser (2002) é definido como "o local onde são armazenados todos os géneros alimentícios perecíveis, ou seja, produtos enlatados, enfrascados, ensacados, engarrafados, empacotados, enfim, os também designados produtos de mercearia." (p. 97). Este autor, também, evidencia que este local deverá ser um local fresco, com pouca humidade, de forma a não alterar a qualidade dos produtos.

O economato deverá conter bancadas e prateleiras para 12 armazenamento de produtos, bem como câmaras frigoríficas, de modo a conservar todos os alimentos que necessitem de ser armazenados ao frio, prolongando a sua durabilidade e mantendo as suas características próprias.

Quintas (volume II, 2006) menciona que, as operações de aprovisionamento referem as seguintes fases: Encomenda, Autorização, Requisição, Compra, Receção e

Armazenamento. A primeira fase, a Encomenda, refere-se ao momento em que é dada a ordem de compra, isto acontece quando é ultrapassado o stock mínimo de cada produto. A ordem de compra terá de ser transmitida, através de uma nota de encomenda à pessoa responsável pela realização das compras, obtendo, então, a autorização para efetuar essa compra. Após a autorização será realizada a requisição, elaborada pela pessoa responsável pelo economato e remetida à pessoa responsável pelas compras. No serviço de compra deverá ter-se em atenção as especificações das mercadorias de acordo com as ofertas dos fornecedores, escolhendo as mercadorias que melhor se adequem às necessidades do hotel, estabelecendo, assim, uma política de compras.

Aquando a receção de mercadorias, a pessoa responsável deverá verificar a quantidade, qualidade e preço de cada um dos produtos, conferindo se as mercadorias correspondem à encomenda realizada. Após a receção das mercadorias, estas devem ser armazenadas corretamente e individualmente, nos locais específicos, de acordo com a sua natureza, dentro do economato. (p. 527) Em suma, o economato é o local onde são armazenados os produtos necessários à atividade da cozinha e, consequentemente à restauração. Quando esta secção precisa de algum produto desloca-se ao economato para o obter. Sendo relevante que haja um contacto direto destas secções, para que no economato estejam sempre presentes os produtos necessários ao bom funcionamento do hotel.

Figura 10 Áreas de Divisão do Economato do Hotel Porto Grande



Fonte: elaboração própria

a) Receção de mercadorias

Esta fase é de elevada importância dado que se dá autorização de entrada da quantidade e qualidade dos produtos no economato¹⁵. Caso não seja respeitada esta fase, todo o ciclo pode ficar em causa. Assim, é imprescindível verificar se os produtos entregues correspondem aos produtos encomendados (verificar nota de encomenda).

Por outro lado, tem de existir a garantia de que foi transportado nas melhores condições de higiene e temperatura (géneros alimentícios perecíveis e congelados). Importa, ainda, verificar se os produtos apresentam datas limites de consumo (prazos de validade) razoáveis.

Os produtos que entram no economato devem ser devidamente identificados e registados não só para controlar saídas e entradas, mas também para facilitar a sua arrumação nos devidos locais e facilitar nos inventários. As mercadorias devem ser arrumadas por grupos ou divididos por famílias.

Na secção de géneros alimentícios, para além dos produtos enlatados, ensacados, em pacotes, em frascos, engarrafadas, também são armazenados produtos deterioráveis, tais como: carne, peixes, mariscos, produtos congelados e todos aqueles que carecem de frio para sua conservação. Esses produtos são armazenados em duas arcas frigoríficas em que não devemos misturar produtos de características diferentes de forma a ser evitado, por um lado, a transmissão de cheiros, e por outro lado pela circunstância de cada tipo de alimentos que necessitam de temperaturas diferentes pela sua conservação, que vale ressaltar obedece às normas e critérios do método HACCP. (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle).

¹⁵ “Os serviços de economato são, no funcionamento de uma unidade hoteleira, uma secção de muita responsabilidade, dado que uma boa gestão se baseia no controlo e compreensão das despesas, para um maior aproveitamento das receitas.” (MARQUES J. Albano, 2006, p. 231)

Na secção de bebidas estão armazenados todas as bebidas exceto os vinhos como por ex.: água com ou sem gás, sumos, refrigerantes e cervejas, já as espirituosas ficam juntamente com os géneros alimentícios por ausência de prateleiras na secção de bebidas.

Artigos de higiene e limpeza/ reserva de materiais estão na mesma secção por causa da dimensão da empresa embora esse espaço está dividido em duas partes, uma para os artigos de higiene e limpeza e a outra para reserva de materiais.

As mercadorias são distribuídas diariamente através de uma requisição interna para as diversas secções. Nenhum produto poderá ser entregue sem o respetivo documento. Após o controlo diário é feito o pedido de requisição dos produtos que faltam. Cabe ao chefe ou subchefe fazer o preenchimento da requisição e deve ser feita até ao meio dia. O pedido de requisição é feito com base no relatório de vendas, consoante aquilo que foi vendido é então repostado (sistema de *stock* - fixo).

b) Normas de armazenamento

O principal objetivo da armazenagem é garantir a manutenção e qualidade das matérias-primas e outros produtos, de forma a assegurar a disponibilidade de produtos de acordo com as necessidades do dia-a-dia, minimizando perdas, desperdícios, desvios ou roubos.

Convém salientar que, no economato passam diariamente dezenas de pessoas, entre colaboradores, fornecedores e prestadores de serviços.

Após uma correta receção das mercadorias, importa colocá-las no lugar indicado o mais rapidamente possível. Os “produtos não conforme” (com prazos de validade expirados) que sejam para trocas devem ter uma zona ou prateleira devidamente identificada com uma indicação inscrita de “produto não conforme”.

No que diz respeito à rotação dos produtos em *stock*, existem dois métodos, o FIFO – *First In, First Out*, no qual, os primeiros produtos a entrar serão os primeiros a sair, e

LIFO – *Last In, First Out*, em que os últimos a entrar serão os primeiros a ser consumidos.

É comum utilizar o sistema FIFO na grande maioria dos produtos em gestão de Alimentos e Bebidas, no entanto, deve sempre garantir-se o aproveitamento dos produtos que se encontrem no economato há mais tempo e que apresentem datas limites de consumo mais curtas (perto do prazo de validade), de forma a evitar perdas. Ou seja, por vezes, recebem-se produtos alimentares que têm validades inferiores aos produtos que se encontram em *stock* no estabelecimento, pelo que deve dar-se especial atenção na verificação das datas limites de consumo de ambos os produtos de modo que aqueles que apresentem menor validade fiquem colocados à frente.

O custo cronológico direto, designado por, *First In, First Out* (FIFO), consiste, em que a saída dos artigos do economato, se deve fazer pela mesma ordem de entrada. Utilizam-se os preços mais antigos, pelo que em épocas de inflação acelerada, pode acontecer, que o valor atribuído às mercadorias consumidas, se afaste substancialmente, do seu custo de reposição

O sistema LIFO pode ser utilizado para determinados produtos que devem ser consumidos com a maior frescura possível, tais como, o pão, alguns derivados dos laticínios ou o peixe cru para pratos de cozinha como *Carpaccio* de atum ou comida asiática. Custo cronológico inverso, *Last In, First Out* (LIFO), procura movimentar primeiro os artigos entrados em último lugar. Este sistema é sensível a um período de instabilidade monetária mas defende melhor a integridade do capital, porque os valores a que se registam as saídas, aproximam-se mais do custo de reposição.

Custo médio ponderado, neste processo, as entradas, são registadas ao preço exato de custo mas sempre que exista uma nova entrada, calcula-se o custo médio ponderado, entre esta e a existência nessa data. Custo específico, real ou atual consiste na soma do respetivo preço de compra, com os gastos suportados, direta ou indiretamente, para colocar no seu estado atual e no local de armazenagem (custo de aquisição).

Custo padrão ou teórico que resulta da observação dos custos reais, no decurso dos períodos precedentes, alterados pelas anomalias reveladas. Neste sentido, é um custo histórico corrigido, diferenciando-se de um custo estimado, por ser baseado em cálculos técnicos e contabilísticos adequados. Este custo padrão, é utilizado, para proteger os custos de produção, dos efeitos da flutuação dos mercados. O responsável pelo economato tem como principal missão a preservação e registos de todas as mercadorias que lhe são confiadas.

Relativamente a armazenagem das mercadorias e o conhecimento por parte dos colaboradores envolvidas no processo, das condições e ideais de conservação para cada tipo de produto tem que ter em mente que os produtos são deteriorados pelos seguintes motivos:

- ✓Tempo excessivo entre as entradas e o armazenamento do produto;
- ✓Falta de condições de higiene;
- ✓Inadequada separação dos alimentos;
- ✓Temperaturas inadequadas;
- ✓Excesso grau de humidade;
- ✓Período excessivo de armazenagem.

A distribuição é também uma das fases do círculo de mercadorias que está sob a responsabilidade e orientação do sector de aprovisionamento. A partir desta fase a responsabilidade pela boa utilização dos produtos passará directamente para as mãos dos responsáveis pela produção de vendas (ex. chefe de cozinha e restaurante).

c) Lançamento das requisições nas fichas de *stock*

A ficha de *stock* é um documento importante do economato pois é elaborado individualmente por cada produto. Destina-se a registar as entradas, saídas dando a

qualquer momento informação das existências bem como os preços médios e ainda permite observar o número de rotação num dado período. A rotação de *stock* é um bom indicador sobre a quantidade de vezes que um produto roda no armazém ao longo de um mês. Com isto, interessa ter rotações elevadas, dado que pressupõem que o produto é comprado diversas vezes durante o mês, o que nos garante que o empate de capital é minimizado. Por outro lado, pretende-se que no inventário mensal a quantidade de produtos seja a menor possível.

Mensalmente será efetuado um inventário físico de todas as mercadorias armazenadas no economato, valorizando nessa altura todos os produtos em *stock* e com o objetivo de apurar os desvios verificados.

“Os inventários são operações importantes e necessárias, pois têm funções fiscais, além das contabilísticas que todos conhecem.” (MARQUES J. Albano, 2007, p.126).

Em hotelaria é necessário que seja feito inventário constante, uma vez que seu fluxo de rotatividade é bastante elevado. É realizado um inventário mensal e um relatório de vendas desse período.

Diariamente e com o objetivo de apurar o valor total das mercadorias saídas do economato é elaborado um resumo de todas as requisições efetuadas cujos valores são transportadas para o dia seguinte e assim sucessivamente até o final de cada mês.

2.5 O Sistema HACCP

O HACCP é um sistema de segurança alimentar e de controlo, de perigos que podem pôr em causa a qualidade dos alimentos. Reforça a imagem do estabelecimento junto dos clientes, na medida em que a implementação deste sistema transmite uma maior segurança ao consumidor, relativamente à segurança e inocuidade dos alimentos.

O Plano de HACCP é um documento escrito que estipula alguns princípios com fim de assegurar o controlo dos perigos que são significativos para a segurança alimentar no segmento da cadeia alimentar em consideração. Com a elaboração do plano de HACCP, procuram-se algumas respostas para uma série de questões relacionadas com o produto em si e também com o processo produtivo nomeadamente:

- ✓Qual é o risco associado à produção desde produto;
- ✓Quais as etapas do processo em que podem ocorrer mais perigos;
- ✓Como devem ser controlados todos os perigos potenciais de modo a tornar o produto mais seguro para o consumidor;
- ✓Qual a melhor definição do produto.

2.5.1 Os Princípios do HACCP

Os sete princípios de HACCP segundo Victor Monteiro:

Princípio 1: Realizar uma análise de risco - Planos de determinar os riscos de segurança alimentar e identificar as medidas preventivas do plano podem ser aplicadas para controlar esses riscos. Um perigo a segurança alimentar é qualquer biológica, química ou propriedade física que pode causar um alimento impróprio para o consumo humano.

Princípio 2: Identificar os pontos críticos de controlo - **A.** Pontos críticos de controlo (PCC) é um ponto, passo ou procedimento em um processo de fabricação de alimentos em que o controlo pode ser aplicado e, com o resultado, um perigo para a segurança alimentar pode ser prevenido, eliminado, ou reduzidos a um nível aceitável.

Princípio 3: Estabelecer limites críticos para cada ponto crítico de controlo - Um limite crítico é o valor máximo ou mínimo para que um físico, biológico ou químico de risco deve ser controlado em um ponto crítico de controlo para prevenir, eliminar ou reduzir a um nível aceitável.

Princípio 4: Estabelecer requisitos de monitorização de pontos críticos de controlo - As atividades de monitoramento são necessários para assegurar que o processo está sob controlo em cada ponto crítico de controlo. Nos Estados Unidos, o

FSIS está exigindo que cada processo de monitorização e sua frequência serem listados no plano HACCP.

Princípio 5: Estabelecer ações corretivas - Trata-se de ações a serem tomadas quando a monitorização indica um desvio de um limite crítico estabelecido. A última regra exige plano HACCP de uma planta para identificar as ações corretivas a serem tomadas se um limite crítico não é cumprido. As ações corretivas destinam-se a assegurar que nenhum produto prejudicial para a saúde ou não adulterada como resultado do desvio entra comércio.

Princípio 6: Estabelecer procedimentos para assegurar que o sistema HACCP está funcionando conforme o esperado- A validação garante que as plantas fazem o que eles foram projetados para fazer, isto é, eles são bem-sucedidos no sentido de garantir a produção de um produto seguro. Serão exigidas plantas para validar seus próprios planos de HACCP. FSIS não vai aprovar planos de HACCP com antecedência, mas analisá-los para a conformidade com a regra final.

Verificação assegura que o plano de HACCP é adequado, ou seja, a funcionar como desejado. Os procedimentos de verificação podem incluir atividades como revisão dos planos de APPCC, registos de PCC, limites críticos e de amostragem e análise microbiana. FSIS está exigindo que o plano HACCP inclua tarefas de verificação a serem executadas pelo pessoal da planta. Tarefas de verificação também seriam realizadas por inspetores do FSIS. Ambos FSIS e indústria vão realizar testes microbianos como uma das várias atividades de verificação.

A verificação inclui também "validação" - o processo de encontrar provas para a precisão do sistema HACCP (por Ex: evidências científicas para limitações críticas).

Princípio 7: Estabelecer procedimentos de manutenção de registos - O regulamento HACCP requer que todas as plantas de manter certos documentos, incluindo a sua análise de perigos e escrito plano de HACCP, e registos que documentam a monitorização dos pontos críticos de controlo, limites críticos, as atividades de verificação, e a manipulação de processamento.

2.5.2 Pré requisitos para a aplicação do HACCP

Vitor Monteiro refere no seu livro Técnicas e Equipamentos de Hotelaria – Higiene, Segurança, Conservação e Congelação de Alimentos que:

«[...] No começo não é fácil. A adaptação e aplicação do HACCP/ autocontrolo não são fáceis. Normalmente “vai contra” as “rotinas e vícios”, ou seja, faz-se sentir onde as práticas de higiene e segurança alimentar são pobres e se encontram “enraizada”. Por isso é necessária uma **primeira fase**, a de concretizar, no local “**as corretas práticas de higiene e segurança**”.» (Vitor Monteiro, p.91)

2.5.3 As Vantagens do HACCP

- ✓Garante a qualidade dos aspetos Higino-sanitários e de segurança alimentar associados aos produtos;
- ✓Permitir a redução de custos operacionais;
- ✓Evita desperdícios;
- ✓Aumenta a confiança e segurança do consumidor na empresa e nos produtos; Reforçando a imagem do estabelecimento junto dos clientes;
- ✓Reconhecimento internacional (facilita as trocas e a estabilidade no comercio internacional);
- ✓Transmite uma maior confiança ao consumidor, relativamente á segurança e inocuidade dos alimentos; Promove a proteção da saúde pública.

2.6 A relação entre HACCP e ISO 22000

A norma ISO 22000:2005 é uma integração de um sistema de segurança alimentar baseado nos princípios do sistema HACCP, como um sistema de gestão de qualidade e baseado na Norma ISO 9001:2000. Os princípios e diretrizes do sistema HACCP se recolhem na Norma ISO de uma maneira quase total e inclusive na mesma ordem que em sua versão original.

A Norma ISO está avaliada pela comissão do Código Alimentar que considerou que em seus requisitos se incluíam os princípios do sistema HACCP com a finalidade de aperfeiçoar os processos ao longo da cadeia alimentícia, reduzindo os custos pela análise de falhas nos produtos e processos e em sua melhora contínua.

Em termos gerais, as principais similaridades entre a Norma ISO 22000:2005 e o sistema HACCP são aplicáveis a todos os setores da indústria alimentícia, não importando nem a atividade específica da organização, nem seu tamanho. Ambos tratam de controlar os perigos para a segurança do alimento quaisquer que seja sua origem: físico, químico ou biológico e são integráveis em sistemas de gestão mais amplos. Assim, o sistema HACCP é facilmente integrável em um sistema de Gestão da Qualidade (serie ISO 9000:2000), e a Norma ISO 22000:2005 pode ser um primeiro escalão para um Sistema de Qualidade Total.

2.7AS Normas ISO 22000

No decorrer da década de 90, antes do aparecimento das normas ISO¹⁶, existiam muitas normas concorrenciais de sistemas da qualidade. Da necessidade de uniformizar os procedimentos contribuindo para a facilitação do comércio internacional, bem como aumentar a eficiência para as diversas partes interessadas e dar resposta à necessidade de demonstrar com credibilidade, que as organizações cumprem os requisitos das normas de gestão aplicáveis, permitindo focar-se na utilização eficiente de recursos e obtenção de resultados, surgiram as entidades certificadoras e acreditadoras.

¹⁶ A ISO é uma organização internacional não-governamental, fundada em 1947, com sede em Genebra, tem por objetivo promover a normalização e /ou standardização, de bens, produtos e serviços. O termo deriva-se da palavra grega ISOS, que significa igual. A ISO conta com os representantes de institutos de normalização de 163 países, seguindo o princípio de um representante por país. A participação na ISO Está aberta aos Institutos Nacionais de Normalização mais representativos. Cada comité membro tem o direito ao voto, independentemente do tamanho do país ou da sua força económica.

Por sua vez, as entidades acreditadoras estabelecem fóruns internacionais para assegurar a harmonização e o reconhecimento das várias creditações, dando assim origem a um esquema global de certificação e acreditação.

As normas ISO pretendem elevar os níveis de qualidade, segurança, fiabilidade e eficácia, não só para a satisfação e segurança dos consumidores, mas também para proporcionar grandes vantagens às empresas, numa vertente económica. As normas contribuem para que o desenvolvimento, a produção e a distribuição dos produtos sejam mais eficientes e seguros e facilitam bastante as transações comerciais entre os vários países, uma vez que fornecem uma boa base técnica para a legislação em termos de saúde, segurança e ambiente.

2.7.1 Breve Resenha da Norma NP EN ISO 22000:2005

A segurança alimentar está relacionada com um conjunto de perigos – físicos, químicos ou biológicos – associados aos géneros alimentícios no momento do seu consumo, que pode ocorrer em qualquer uma das etapas da cadeia alimentar, tornando-se essencial a existências de medidas adequadas. A norma NP EN ISO 22000:2005 especifica um conjunto de requisitos para a SGSA¹⁷, combinando determinados aspetos essenciais e permitindo garantir a segurança dos géneros alimentícios desde o produtor ao consumidor final.

Na verdade esta norma dá grande ênfase à comunicação interativa ao longo de toda a cadeia, seguindo as diretrizes das outras normas da família ISO, nomeadamente, os requisitos da documentação e a responsabilidade da autoridade, possibilitando e facilitando a integração com outras normas. Também o planeamento do sistema de gestão, bem como da realização de produtos seguros através do estabelecimento de programa (s) pré-requisitos e dos princípios do HACCP, definidos no *códex Alimentarius*¹⁸, são pontos de destaque dessa norma. Num SGSA é necessário realizar

¹⁷ Sistema de Gestão da Segurança Alimentar

¹⁸ O *Codex Alimentarius* (que em latim significa Código ou Lei dos Alimentos) consiste numa coleção de normas alimentares internacionais aprovadas, apresentadas de uma maneira uniforme.

uma análise de perigos, a qual é um elemento crucial na eficácia de sistema, pelo facto de permitir organizar o conhecimento necessário e estabelecer as medidas adequadas ao seu controlo.

2.7.2 Campo de aplicação da norma ISO 22000: 2005

« [...] Esta norma permite que qualquer organização, independentemente da sua dimensão ou complexidade, possa implementar sistema que de forma consistente, permitam fornecer produtos alimentares seguros ao consumidor final. Dessa forma, a norma NP EN ISO 22000:2005 é adequada a unidades de restauração.» (Ercílio Fernandes; Maria de Fátima Lopes da Silva; Elsa Ramalhosa, 2012, p.20).

2.7.3 Programas Pré Requisitos - PPRs

Segundo *Canadian food inspection* apud, 1998 «[...]Os Programas Pré-Requisitos (PPRs) representam a primeira etapa na garantia de qualidade e segurança alimentar para estabelecimentos que processam e/ou manipulam alimentos. Podem ser definidos como procedimentos ou etapas universais que controlam condições operacionais dentro de uma indústria do setor alimentar, permitindo a criação de condições ambientais favoráveis à produção de um alimento seguro.»

Segundo *Wallace and Williams apud*, 2001 «[...] Essas condições estão bem estabelecidas e documentadas atualmente e têm sido usadas e aperfeiçoadas desde há muito tempo no setor alimentar.»

Ao contrário do HACCP, as falhas no cumprimento dos PPR's podem não resultar em ação direta sobre o produto, sendo, por isso, uma diferença essencial entre estes.

As Boas Práticas de Higiene e Fabrico (BPHF) e Procedimentos Padrão de Higienização são exemplos universalmente aceites de PPR's. As BPHF permitem controlar processos e procedimentos de condições operacionais para facilitar a

operação de alimentos inócuos, e abrange procedimentos relacionados com a utilização das instalações, receção e armazenamento, manutenção de equipamentos, formação dos trabalhadores, controlo de pragas, entre outros.

Oliveira e Masson apud, 2003 «[...] Os Planos de Higienização compreendem a descrição completa das atividades específicas necessárias para manter as instalações e utensílios livres de microrganismos patogénicos e consequentemente prevenir a contaminação dos alimentos através do contato com utensílios e instalações contaminados.»

Todos os programas pré-requisitos devem ser estabelecidos e geridos separadamente do plano HACCP. Certos aspetos, no entanto, de um programa pré-requisito podem ser incorporados num plano HACCP. Por exemplo, os procedimentos de manutenção preventiva de equipamentos evitam falhas não esperadas e a perda de produção.

É deferir que realizamos um inquérito por entrevista com vista a saber algo mais sobre a norma HACCP no Hotel Porto Grande.

2.8 Tarefas Práticas Realizadas

2.8.1 Cozinha

Tarefa 1-Preparação do pequeno – almoço - juntamente com a pessoa responsável pelo pequeno-almoço fazia-se a preparação das panquecas, dos ovos estrelados e mexidos, das fatias douradas, do bacon e salsichas fritas etc.

Tarefa 2- *Mise-en-place* para o almoço - consistia em descascar legumes e verduras, fazer a lavagem dos produtos para se fazer as saladas e ajudar na preparação do menu do dia.

Tarefa 3-Preparação do pequeno-almoço do pessoal- só quem tinha direito ao pequeno – almoço era o pessoal que vinha as 7 e as 8 horas.

Tarefa 4-Empratamento dos pratos – conforme os pedidos ajudava o pessoal a empratar os pratos com as diferentes saladas e ajudava nos pedidos das sobremesas e no que fosse necessário.

2.8.2 Restaurante

Tarefa 1-Aquisição da lista dos hóspedes na receção

Tarefa 2-Terminar o *mise-en place* do pequeno-almoço depois do jantar o pessoal preparava o *mise-en-place* do pequeno-almoço mas as vezes não terminava por falta de algum utensílio então era preciso completar no dia seguinte. O *mise-en-place* consistia em uma faca de sobremesa á direita, um garfo de sobremesa á esquerda e uma colher de sobremesa, uma colher pequena para o café á frente, guardanapos de papel e açúcar em pacotes.

Tarefa 3- Preparar a mesa de *buffet*- a preparação consistia em limpar as mesas, colocar toalhas limpas, depois colocar as máquinas com café, água quente, leite, sumos e todos os outros alimentos, também colocar chávenas, copos e pratos na bancada.

Tarefa 4-Controlar a mesa de *buffet* - a medida que os hóspedes vão chegando e tomando o pequeno-almoço é preciso repor os alimentos para que não haja rutura.

Tarefa 5-Preparar o *mise-en-place* para o almoço e jantar - consistia em colocar uma faca de carne á direita, um garfo de carne á esquerda, um prato de pão com uma faca

de manteiga á esquerda com um copo de água e de vinho á direita e um guardanapo de fazenda no meio.

Tarefa 6- Escolher a ementa para o Buffet- juntamente com a Assistente de F&B fazia-se a escolha dos pratos que iam fazer parte da ementa. Era preciso ter em conta dois pratos de carne (branca e vermelha), dois pratos de peixe, um prato de massa, guarnições, entradas e sobremesas.

Tarefa 7- Servir os clientes

Tarefa 8- Efetuar requisições para o bar, restaurante e cozinha- era preciso preencher um documento para se fazer as devidas requisições do havia falta e entregar ao economato.

2.8.3Bar

Tarefa 1-Contagem diária das bebidas-consistia em fazer a contagem de todas as bebidas do bar e restaurante para se poder fazer a comparação com as quantidades vendidas do dia anterior e a soma deve dar igual a existência inicial.

Tarefa 2- Servir bebidas como cafés, imperiais e caipirinhas

2.8.4Economato

Tarefa 1- Fornecimento das requisições - Todos os dias ao chegar ao hotel era preciso dar as requisições feitas pelas respectivas secções e assinalar as que foram dadas.

Tarefa 2-Conferencia das comandas - todos os dias fazia-se a conferencia das comandas baseando no relatório de vendas do restaurante, bar e *snack* – bar conferindo se todos os pratos foram lançados.

Tarefa 3- Compras - todas as quintas feiras juntamente com a ecónoma ia para a cidade fazer as compras. Os primeiros produtos a serem comprados eram os produtos como peixes, carnes, frutas, legumes e ovos e regressar ao hotel isto porque o hotel não tem um veículo apropriado para estes produtos. Depois regressar de novo a cidade para se fazer as restantes compras. Antes de se regressar ao hotel conferia-se se os produtos para se ver se estavam tudo em ordem.

Tarefa 4- Armazenagem dos produtos - feito a conferencia das faturas passava-se a face da armazenagem. Os produtos eram armazenados conforme o género e respeitando a ordem FIFO (*First in First out*).

2.8.5Eventos

Tarefa 1- Happy Hour – no *Happy hour* oferecíamos algumas bebidas com preços mais baixos, preparar e oferecendo alguns coquetes;

Tarefa 2- Jornada – encontros promovidos por entidades de classes (grupos profissionais por exemplo a *Rotary Club* do Mindelo), de âmbito regional com o intuito de discutir assuntos de interesse comum, na qual as conclusões podem servir de diretrizes para o segmento e servimos aperitivos sólidos e líquidos;

Tarefa 3- Casamento – arrumação da esplanada colocando (mesas e cadeiras) e a respetiva *mise en place* (Copos, Talheres, guardanapos, etc.).

Parte III – Apreciação Crítica

No fim de mais uma etapa o que tenho a dizer é que foi com muito esforço, trabalho e dedicação que consegui chegar até aqui, não foi muito fácil porque sempre havia uma barreira para tentar impedir-me, mas sempre fazia esforços para superá-las.

3.1 Áreas de Identificação com o Curso

Durante o curso tive várias disciplinas que me ajudaram a entender melhor o funcionamento de um hotel mais especificamente no Departamento de F&B e que foi uma mais-valia durante o estágio e durante a realização deste relatório. Dentre elas estão Gestão de Alimentos e Bebidas, Gestão da Qualidade, Operações Turísticas, Marketing Hoteleiro, Nutrição e Higiene Alimentar, Animação Turística.

3.2 Análise de Competências Adquiridas

Durante o decorrer do estágio, posso afirmar que as competências adquiridas foram de acordo com os objetivos traçados, mesmo que em algumas áreas deveríamos aprofundar mais nossos conhecimentos. Não obstante disso saio com um vasto conhecimento que me possibilitaram desempenhar algumas atividades inerentes ao departamento como também ter capacidade para enfrentar o mercado de trabalho competitivo. Foi possível adquirir uma vasta visão particularizada das respetivas áreas, bem como o conhecimento das práticas operacionais do departamento. Houve oportunidade de efetuar tarefas inerentes ao sector tais como:

- ✓ Compreender os mecanismos inerentes ao processo de compra, receção, armazenagem e expedição de mercadorias, gestão e controlo;
- ✓ Caracterizar e conhecer as partes que compõem as áreas de estágio ao nível dos componentes estruturais e funcionais dos elementos integrantes;
- ✓ Executar, planear e controlar as práticas operacionais, inerentes ao funcionamento das referidas secções;
- ✓ Reconhecer diferentes serviços e sua importância para satisfação dos clientes;

- ✓Gerir e controlar os recursos humanos e materiais em função das necessidades de serviço e de objetivos definidos;
- ✓Encontrar a melhor forma de solucionar os diversos problemas, que se colocam ao gestor no dia-a-dia.
- ✓Planear e organizar eventos em função da demanda.
- ✓Definir políticas gerenciais tendo em conta o micro e macro ambiente da empresa.

3.3Análise Crítica da Gestão de Alimentos e Bebidas (F&B)

No Hotel Porto Grande encontramos dentro do departamento de F&B alguns pontos fortes que a empresa deverá continuar a potencializar e alguns pontos fracos que deverá eliminar ou melhorar.

Pontos fortes

Bom ambiente de trabalho - a maioria dos funcionários transmite um agradável ambiente de trabalho, aspeto fulcral para as secções de restaurante e bar onde há necessidade de haver um bom trabalho de equipa. Por outro lado este fator vai influenciar no atendimento ao cliente, pois o serviço realiza-se de forma mais eficaz.

Faz parte do grupo Hoteleira Oásis Atlântico - Pertencer a um grupo que possui uma excelente consciência de marca, uma imagem de alta qualidade e boas sinergias comerciais;

Localização - Localização estratégica privilegiada, situada na zona nobre da Cidade do Mindelo, considerado património nacional pelo governo de cabo verde, calma e a poucos minutos da baía do porto grande.

Fraquezas

Falta de cumprimento do plano HACCP - A manipulação dos alimentos pode verificar que apesar de o hotel ter as condições para que a manipulação dos alimentos seja feita da forma correta ainda muitos funcionários não cumpriam as regras estipuladas;

Inexistência de uma adega – uma adega seria importante na conservação de vinhos e ofereceriam aos clientes um produto de qualidade;

Falta de uma viatura - Inexistência de uma viatura própria, isso traz mais custo para a empresa, visto que, quando precisam de uma viatura tem de “fretar”;

Custos elevados de energia e água - Visto que as maiores despesas que o hotel têm é de eletricidade e água, então esta deve ser poupado ao máximo.

3.4 Recomendações / Sugestões

Estas sugestões se referem aos pontos fracos mencionados na análise crítica.

1. O hotel deveria apostar mais em formações principalmente em relação ao ensino das línguas estrangeiras e incentivar os funcionários a participar nelas, com isso o hotel só terá a ganhar;
2. O hotel deveria apostar na construção de uma adega, visto que muitas vezes os vinhos passam muito tempo na “cave do dia” expostos a vários tipos de temperatura e isso reflete na qualidade do vinho que é “oferecido” ao cliente;
3. O hotel deveria apostar em novas tecnologias. Hotel deve trocar a pia do bar por uma nova ou arranjar uma tampa para não desperdiçar a totalidade da água, mas só isso não basta, o hotel há que colocar em prática vários processos para combater o desperdício de água e Energia.

3.5 Conclusão

O objetivo da realização do estágio no Hotel Porto Grande é conhecer a organização interna de um hotel, os procedimentos utilizados no departamento F&B, bem como as responsabilidades atribuídas aos funcionários. Ao longo do estágio, decorrido entre janeiro e abril de 2013, foi possível desempenhar as diferentes funções no departamento de F&B. Sendo que o estagiário, neste hotel, é considerado um trabalhador do hotel, através da prática de tarefas e da observação foi possível conhecer os procedimentos adotados nestas secções e facilmente se conheceu as responsabilidades dos funcionários das diferentes secções.

Conclui-se assim, que os objetivos do estágio foram alcançados com sucesso. O relatório de estágio tem como objetivo explicar a realização do estágio, a organização do Hotel e neste sentido, transmitir a aquisição de novos conhecimentos e desenvolvimento de competências durante o estágio. Assim constatamos que prestar um serviço de qualidade corresponde às expectativas e exigências do consumidor que atualmente está cada vez mais exigente e informado. Neste sentido, no decorrer do estágio foi encontrada a necessidade de melhorar alguns serviços (ex. a necessidade de os funcionários falarem pelo menos uma língua estrangeira de preferencio o inglês).

Saio desse Estágio no Departamento de alimentos e bebidas com uma noção muito mais vasta de Hotelaria e principalmente em relação às áreas de estágio pela qual passei, o que é e será muito importante para o meu futuro profissional.

Concluo que o departamento de alimentos e bebidas além de complementar o departamento de alojamento é de extrema importância para a imagem de um estabelecimento hoteleiro e muitas vezes bem geridas traz receitas enorme para a empresa.

Bibliografia

- AI QUINTAS, Manuel (1988). **Tratado de hotelaria**. Edição Instituto nacional de formação turística, Lisboa, Portugal.
- BUENO, José Hamilton (1995). **Manual do Seleccionador de Pessoal – Do planeamento à Ação**. 2 Ed. São Paulo, Brasil.
- CARVALHO, António Vieira; NASCIMENTO, Luiz Paulo (1997). **Administração de Recursos Humanos**. 2 Ed. São Paulo, Brasil: Livraria Pioneira Editora.
- CASTELLI, Geraldo (2003). **Administração Hoteleira**. 9ª Edição. Brasil: EDUCS- Editora da Universidade de Caixa do Sul; ISBN: 85-7061-135-8.
- CHAPMAN, Elwood N (1996). **Relações Humanas na Empresa – Desenvolvendo Habilidades Interpessoais**. 1 Ed. Rio de Janeiro, Brasil: Quality mark Editora.
- CHIAVENATO, Idalberto (1991). **Recursos Humanos na Empresa: Planeamento, Recrutamento, Seleção de Pessoal**. 2 Ed. São Paulo, Brasil.
- COSTA, Rodrigues e SOUSA, Teresa (2011). **Introdução à Gestão Hoteleira**. Edições Lidel, Lisboa, Portugal.
- CRACKNELL, H. L. Kaufmann – G. Nobis Manual **Prático do Serviço de Restaurante**. 4ª Edição, Edições CETOP
- Domingues Matos, Celestino (2013). **Prontuário Turístico**. 3º Edição INCM, Lisboa Portugal
- Fernandes, Ercílio; Lopes da Silva, Maria de Fátima; Ramalhosa, Elsa. Sistema de **Gestão da Segurança Alimentar**.
- Graça, Albertino (2014). **Introdução À Investigação Científica**, Edição da universidade do Mindelo, Mindelo, Cabo Verde.
- JANEIRO, J. ANTÓNIO Guia Técnico de Hotelaria – **A Arte e a Ciência dos Modernos Serviços de Restaurante**. 3ª Edição, Edições CETOP
- KOTLER, Phillipp – ARMSTRONG, Gary **Princípios de Marketing**; Editors Prentice – Hall do Brasil, Lda.;
- LAMAS, P. Stela – Tarujo, Luís – CARVALHO, Maria – CORREDOIRA, Teresa **Contributos para uma Metodologia Científica mais Cuidada**; Coleção: Temologia e Sociedade/190; Instituto Piaget (Divisão Editorial);

- MARQUES, J. Albano (2007). **Manual de Hotelaria**. Civilizações editora
- MARRAS, Jean Pierre (2002). **Administração de Recursos Humanos: Do operacional ao Estratégico**. 3 Ed. São Paulo, Brasil.
- MILKOVICH, George T; BOUDREAU, John W (2000). **Administração de Recursos Humanos**. 8 Ed. São Paulo, Brasil.
- MONTEIRO, Victor (2008) **Técnicas e Equipamentos de Hotelaria – Higiene, Segurança. Conservação e Congelação de Alimentos**. Lidel – edições técnicas, Lda.
- MORALES, Mércia (2002). **Princípios da Administração de Recursos Humanos**. 1 Ed. Editora Texto Novo, Pão Paulo, Brasil.
- MOSER, Francisco (2002). **Manual de Gestão de Alimentos e Bebidas**. Edições CETOP – Centro de Ensino Técnico Profissional à Distância.
- QUINTAS, M. (2006). **Organização e Gestão Hoteleira - Organização e Gestão dos Empreendimentos Hoteleiros**. (Volume II). Euro-Tom, Lda.
- UNIVERSIDADE DO MINDELO (2006) – **Normas para elaboração e apresentação de trabalhos académicos e científicos**. Universidade do Mindelo, Cabo Verde.

SITES DE INTERNET CONSULTADOS

- *Home page*. [Em linha]. www.mtide.gov.cv [consultado 14/12/2014].
- *Home page*. [Em linha]. www.turismo.cv [20/12/2014].
- The International Organization of Standardization *Home Page*, [Em linha]. Disponível em <www.iso.org> [consultado em 10/ 01/ 2015].
- The Oásis atlântico *Home Page*. [Em linha]. Disponível em <www.oasisatlantico.com/pt/portogrande> [consultado em 02/02/2015].

GLOSSÁRIO TECNICO

CMP – O método custo médio ponderado, tal como o próprio nome indica, define como custo de saída de armazém o custo médio das existências em armazém, calculado tendo em conta os vários preços de aquisição e as quantidades correspondentes.

Contaminação cruzada – Transferência de microrganismos de alimentos contaminados (normalmente não preparados) para os alimentos preparados pelo contacto direto, escorrimento ou contacto indireto através de um veículo como mãos, utensílios, equipamentos ou vestuário.

Higienização – Conjunto de actividades de limpeza e desinfeção.

Intoxicação – Enfermidade que resulta da ingestão de alimentos contendo uma determinada quantidade de microrganismos patogénicos capazes de produzir ou libertar toxinas após a ingestão.

Lay-out – é um esboço ao qual é mostrado a distribuição física juntamente com o tamanho de elementos com texto, gráficos ou figuras em um determinado espaço.

Microrganismos – Seres muito pequenos, que só se conseguem ver ao microscópio, nos quais se incluem bactérias, bolores, vírus, leveduras e protozoários.

Microrganismos patogénicos – Microrganismos suscetíveis de causar doenças infecciosas.

Perigo alimentar - é qualquer propriedade biológica, física ou química, que possa tornar um alimento prejudicial para consumo humano.

Pragas – Qualquer animal capaz de, direta ou indiretamente contaminar os alimentos.

Rechaud – Utensílio que conserva quente a comida. Espécie de fogareiro de metal, em prata ou inox.

Risco – Possibilidade ou probabilidade de ocorrer um perigo.

Shaker – É um utensílio utilizado em bares para fazer misturas de bebidas.

SUÍTE - Apartamento com sala de estar e quartos separados.

Anexos

Anexos 1 Nota de quebra

Hotel Porto Grande

Nota de Quebra

Secção: _____

Data	Secção	Quantidade	Preço Unitário	OBS:

Chefe de Secção

Controlo

Fonte: Hotel Porto Grande

Anexos 2 Serviço Catering no clube Shell



Fonte: elaboração própria

Anexos 3 *buffet* pequeno-almoço



Fonte: elaboração própria

Anexos 4 Montagem da sala para festa de finalista



Fonte: elaboração própria

Anexos 5 - Resposta do Questionário Aplicado Hotel Porto Grande

Referente ao inquérito ao Sistema de Gestão e Segurança Alimentar do Hotel Porto Grande segue o seguinte

- 1 O sistema HACCP está implementado no Hotel Porto Grande .
- 2 Visto que está implementado o Sistema no Hotel não temos de momento nenhum constrangimento sobre esta matéria
- 3 Existe um plano de controlo segurança alimentar implementado em toda a unidade hoteleira , o passa deste dos fornecedores do Hotel até o serviço do cliente .
- 4 Existe um plano de gestão e segurança alimentar implementado no Hotel
- 5 É feito um controlo de pragas por uma empresa externa especializada na matéria.
- 6 Existe uma pessoa que é responsável pela higiene a unidade , pessoa essa que deu a formação ao pessoal do hotel e que periodicamente faz inspecções de surpresa para avaliar se o plano está a ser cumprido na integra e apontar as fragilidades existente no momento e a sua correcção .
- 7 Em todos os postos de trabalho , principalmente nos locais de preparação dos alimentos e não só estão instruções escritas da HACCP, alias é obrigatório.
- 8 Existe instruções escritas sobre a higiene pessoal em todo a área de higiene do Hotel
- 9 Os manipuladores de alimentos receberam a formação do sistema de HACCP e são reciclados periodicamente .



Inquérito por entrevista

Inquérito por entrevista ao Sistema de Gestão e Segurança Alimentar do Hotel Porto Grande realizado no âmbito do Estágio Profissional para obtenção do grau de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo da Universidade do Mindelo.

1.Há um Sistema HACCP no vosso hotel? Si não, Porque não implementam?

✓**Resposta-** Há sim um sistema HACCP no nosso hotel sim.

2.Quais são as principais dificuldades/constrangimentos para implementação do Sistema HACCP?

✓**Resposta-** Visto que o sistema está implementado não temos constrangimentos sobre esta matéria.

3.Existe algum plano de controlo e segurança alimentar implementado no hotel?

✓**Resposta-** Existe um plano de controlo e segurança alimentar implementado nesse hotel no seu todo, que passa desde fornecedores até ao consumidor final.

4.Existe algum sistema de gestão de segurança alimentar, nomeadamente o das normas ISO 22000:2005?

✓Sem conhecimento

5.É feito o controlo de pragas? Por uma empresa externa? Caso contrário, que sistemas utilizam para o controlo de pragas?

✓**Resposta-** O controlo de pragas é feita por uma empresa externa especializada na matéria.

6.Quem é o responsável pela higiene da unidade? Os serviços são contratados a uma empresa externa? Se sim, com que frequência a realizam?

✓**Resposta-** Existe uma pessoa que é responsável pela higienização do estabelecimento e é a mesma pessoa que dá formação ao nosso pessoal.

✓Periodicamente essa pessoa faz inspeções de surpresa para avaliar se o plano está a ser seguido na íntegra e apontar as fragilidades detetada e a sua imediata correção.

7.Estão disponíveis nos postos de trabalho instruções escritas dos processos e procedimentos sobre higiene e segurança alimentar?

✓**Resposta-** Em todas as secções. Principalmente nas secções onde se manipulam alimentos e as instruções estão escritos e afixadas nas paredes, aliais é obrigatório.

Localização de Hotel Porto Grande



Fonte: <http://www.oasisatlantico.com/pt/hoteis>